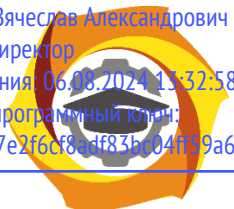


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Лапин Вячеслав Александрович  
Должность: Директор  
Дата подписания: 06.08.2024 13:32:58  
Уникальный программный ключ:  
df48b51be157e2f6cf8edf83b04ff59a6aeacac



**Негосударственное частное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Технический университет УГМК»**

Приняты на заседании  
Ученого совета  
протокол от 15.12.2017 г. № 14

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор



**В. А. Лапин**

«15» декабря 2017 г.

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**о департаменте по маркетингу и продажам**

**Негосударственного частного образовательного учреждения высшего  
образования «Технический университет УГМК»**

**г. Верхняя Пышма  
2017**

## 1. Общие положения

1.1. Департамент по маркетингу и продажам является структурным подразделением Негосударственного частного образовательного учреждения высшего образования «Технический университет УГМК» (далее –ТУ УГМК).

1.2. Департамент по маркетингу и продажам непосредственно подчинен директору ТУ УГМК.

1.3. Руководство департаментом по маркетингу и продажам осуществляет руководитель департамента по маркетингу и продажам, который несет персональную ответственность за выполнение возложенных на департамент задач.

1.4. Руководитель департамента по маркетингу и продажам назначается и освобождается от должности приказом директора ТУ УГМК.

1.5. На должность руководителя департамента по маркетингу и продажам назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование и стаж работы руководящих должностях в организациях по направлению профессиональной деятельности, соответствующей деятельности образовательного учреждения (структурного подразделения), не менее 3 лет.

1.6. В своей деятельности руководители и специалисты департамента по маркетингу и продажам руководствуются:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и другими законодательными и нормативными актами Российской Федерации в области образования;

- Уставом Негосударственного частного образовательного учреждения высшего образования «Технический университет УГМК»;

- приказами и распоряжениями директора ТУ УГМК;

- правилами внутреннего трудового распорядка ТУ УГМК;

- Постановлением Правительства РФ от 25.04.2012 г. № 390 «О противопожарном режиме»;

- стандартами, положениями, инструкциями, действующими в ТУ УГМК, касающихся деятельности отдела информационных систем;

- настоящим положением и иными локальными нормативными актами.

1.7. Руководители и специалисты департамента по маркетингу и продажам должны знать:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и иные нормативные правовые акты, регламентирующие образовательную деятельность;

- методы проведения маркетинговых исследований;

- конъюнктуру рынка образовательных услуг;

- опыт аналогичных отечественных и зарубежных организаций, предоставляющих образовательные услуги;

- формы учетных документов и порядок составления отчетности;

- организацию рекламного дела;

- методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности и издержек бизнес-процессов;
- способы организации финансово-хозяйственной деятельности образовательного учреждения;
- Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных», постановления Правительства Российской Федерации от 15.09.2008 г. № 687 и от 17.11.2007 г. № 781, локальные правовые акты ТУ УГМК по защите персональных данных;
- порядок ведения деловой документации;
- порядок заключения договоров;
- правила делового этикета, правила делового общения, служебную субординацию, правила ведения телефонных переговоров;
- все бизнес-процессы, проходящие в ТУ УГМК;
- законодательство об охране труда Российской Федерации;
- правила эксплуатации вычислительной техники, коммуникации и связи;
- правила и нормы охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты;
- правила внутреннего трудового распорядка, приказы, распоряжения, иные локальные нормативные акты, действующие в ТУ УГМК.

1.8. Все указания и распоряжения руководителям и специалистам департамента по маркетингу и продажам, касающиеся его деятельности, со стороны руководства ТУ УГМК, доводятся через руководителя департамента по маркетингу и продажам.

1.9. На время отсутствия руководителя департамента по маркетингу и продажам (командировка, отпуск, временная нетрудоспособность и пр.) его обязанности выполняет лицо, назначенное приказом директора ТУ УГМК. Данное лицо приобретает соответствующие права и обязанности, по которым несет ответственность.

## **2. Основные задачи**

2.1. Разработка и проведение маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение услуг ТУ УГМК.

2.2. Расширение базы внешних клиентов с целью выполнения плановых показателей по продажам.

2.3. Проведение рекламных компаний под задачи продаж в сети Интернет.

2.4. Осуществление изучения конъюнктуры рынка образовательных услуг. Выявление наиболее экономически эффективных образовательных программ дополнительного профессионального образования, пользующихся спросом на внешнем рынке, а также выявление требований к этим программам.

2.5. Реализация программ дополнительного профессионального образования, направленных на подготовку высококвалифицированных,

компетентных и конкурентоспособных специалистов в соответствии с расписанием занятий для организаций, не входящих в сферу влияния УГМК.

2.6. Проведение на высоком уровне всех видов учебных занятий, учебных работ и учебных практик по всем формам обучения с использованием опыта и инноваций в системе дополнительного профессионального обучения работников организаций, не входящих в сферу влияния УГМК.

2.7. Участие в пределах своей компетенции в подготовке и исполнении управленческих решений руководства ТУ УГМК.

2.8. Решение иных задач в соответствии с целями ТУ УГМК.

### **3. Организационная структура управления**

3.1. Организационная структура департамента по маркетингу и продажам соответствует штатному расписанию ТУ УГМК, утвержденному директором ТУ УГМК.

3.2. Обязанности между руководителями, специалистами департамента по маркетингу и продажам распределены согласно должностным инструкциям.

### **4. Функции**

4.1. Расширение каналов коммуникаций с потенциальными клиентами ТУ УГМК.

4.2. Изучение конъюнктуры рынка дополнительной предпринимательской деятельности, приносящей доход ТУ УГМК.

4.3. Организация создания и эксплуатации баз данных по комплиентам, поставляемым на рынок конкурентами.

4.4. Организация и создание статистического банка данных по оказанным образовательным услугам на внешний рынок, анализ претензий, поступивших от потребителей образовательных услуг, контроль обеспечения адаптации образовательной программы к специфическим требованиям потребителей.

4.5. Подготовка предложений по формированию перечня образовательных услуг для выхода на внешний рынок на основе изучения потребностей в получении образования, рынка предоставляемых образовательных услуг и рынка труда.

4.6. Проведение на высоком уровне всех видов учебных занятий, учебных работ и учебных практик по всем формам обучения с использованием опыта и инноваций в системе дополнительного профессионального обучения для работников организаций, не входящих в сферу влияния УГМК, с привлечением специалистов управления дополнительного профессионального образования.

4.7. Осуществление взаимодействия с предприятиями, организациями и учреждениями по вопросам подготовки специалистов, требующихся для работы в указанных организациях, учреждениях.

4.8. Осуществление изучения конъюнктуры рынка образовательных услуг. Выявление наиболее эффективных образовательных программ дополнительного профессионального образования, пользующие спросом на внешнем рынке, а также определение требований к этим образовательным программам.

4.9. Формирование банка данных по предлагаемым образовательным услугам и продуктам, их техническим и сервисным характеристикам, клиентам, стандартам и нормам оказания услуг.

4.10. Проведение анализа качества конкурирующих услуг, соотношение цены и качества, спроса и предложения на аналогичные виды образовательных услуг.

4.11. Изучение потенциала ТУ УГМК для развития его конкурентоспособности.

4.12. Участие в пределах своей компетенции в подготовке и исполнении управленческих решений руководства ТУ УГМК.

4.13. Ведение делопроизводства департамента по маркетингу и продажам.

4.14. Решение иных задач в соответствии с целями ТУ УГМК.

## **5. Обязанности руководителя подразделения**

Руководитель департамента по маркетингу и продажам:

5.1. Разрабатывает и актуализирует систему продвижения и реализации услуг ТУ УГМК на внешнем рынке;

5.2. Разрабатывает и утверждает план маркетинга и продаж;

5.3. Осуществляет руководство деятельностью подразделения на основе разработанной краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной стратегии маркетинга с учетом потребностей рынка, размеров емкости, возможности выхода на новые сегменты и рыночные ниши;

5.4. Выполняет задачи по работе со СМИ;

5.5. Осуществляет руководство реализацией коммуникационной (рекламно-информационной) стратегии ТУ УГМК;

5.6. Представляет интересы ТУ УГМК на встречах, переговорах, круглых столах, конференциях и т.д.;

5.7. Осуществляет контроль за работой по подготовке предложений по расширению перечня образовательных программ на основе анализа конъюнктуры рынка образовательных услуг и спроса на конкретные образовательные программы;

5.8. Осуществляет организацию взаимодействия между работниками департамента маркетинга и продаж и работниками других структурных подразделений ТУ УГМК, контролирует исполнение решений руководства ТУ УГМК работниками департамента маркетинга и продаж;

5.9. Осуществляет организацию разработки локально-нормативных актов, регламентирующих деятельность департамента маркетинга и продаж;

5.10. Осуществляет руководство работой личного состава департамента маркетинга и продаж, подбор кадров, обеспечивает рациональное использование рабочего времени подчиненного персонала;

5.11. Выполняет иные служебные задачи и поручения руководства ТУ УГМК в рамках своей компетенции;

5.12. Соблюдает лично и контролирует выполнение подчиненным персоналом правил охраны труда и пожарной безопасности на рабочих местах, правил внутреннего трудового распорядка ТУ УГМК;

5.13. Соблюдает и требует от подчиненных выполнения обязанностей, предусмотренных в данном положении и в соответствии с действующими должностными инструкциями.

## **6. Права руководителя и работников подразделения**

6.1. Руководитель департамента по маркетингу и продажам имеет право:

6.1.1. Запрашивать от руководителей подразделений ТУ УГМК информацию по направлениям деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.1.2. Осуществлять взаимодействие с подразделениями ТУ УГМК, обучающимися по направлениям деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.1.3. Участвовать в подготовке и принятии управленческих решений по исполнению планов, программ в пределах своей компетенции;

6.1.4. Подписывать исходящую из подразделения служебную документацию, а также визировать документацию, содержащую информацию по направлениям деятельности департамента маркетинга и продаж, и информацию, требующую согласования в соответствии с положениями и иными локальными нормативными актами ТУ УГМК;

6.1.5. Участвовать и принимать решения по подбору работников департамента маркетинга и продаж на вакантные должности;

6.1.6. Представлять руководству ТУ УГМК предложения о приеме на работу, переводе и увольнении работников департамента маркетинга и продаж;

6.1.7. Представлять руководству ТУ УГМК предложения о поощрении работников и предложения о наложении дисциплинарных взысканий на работников департамента маркетинга и продаж;

6.1.8. Доступа к персональным данным работников или обучающихся в рамках выполнения должностных обязанностей;

6.1.9. Давать подчиненным работникам указания, обязательные для исполнения;

6.1.10. Распоряжаться выделенными трудовыми, материальными, финансовыми и техническими ресурсами и распределять их между работниками департамента маркетинга и продаж.

6.2. Работники департамента по маркетингу и продажам имеют право:

6.2.1. Знакомиться с проектами управленческих решений руководства ТУ УГМК, касающихся их деятельности;

6.2.2. Участвовать в подготовке управленческих решений по исполнению планов, программ, иных документов, имеющих отношение к деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.2.3. Представлять на рассмотрение руководителю департамента маркетинга и продаж и руководству ТУ УГМК предложения по совершенствованию деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.2.4. Осуществлять взаимодействие с подразделениями ТУ УГМК, организациями, направляющих обучающихся на обучение, обучающимися по направлениям деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.2.5. Доступа к персональным данным работников или обучающихся в рамках выполнения должностных обязанностей;

6.2.6. По указанию руководителя департамента по маркетингу и продажам запрашивать у руководителей и специалистов подразделений ТУ УГМК информационные материалы по направлениям деятельности департамента маркетинга и продаж;

6.2.7. Права, предоставленные департаменту по маркетингу и продажам, реализует руководитель департамента по маркетингу и продажам или его заместитель, а также работники департамента по маркетингу и продажам в соответствии с установленными должностными инструкциями.

## **7. Ответственность**

7.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение функций департамента по маркетингу и продажам несет руководитель департамента по маркетингу и продажам.

7.2. Ответственность работников департамента по маркетингу и продажам устанавливается должностными инструкциями.

7.3. На руководителя департамента по маркетингу и продажам возлагается персональная ответственность за:

7.3.1. Качество и достоверность материалов, подготовленных им и работниками департамента по маркетингу и продажам;

7.3.2. Качество и своевременность выполнения функций, возложенных на департамент по маркетингу и продажам настоящим положением;

7.3.3. Разглашение сведений, составляющих служебную тайну ТУ УГМК, а также нарушение порядка обращения с документами, содержащими такую информацию;

7.3.4. Разглашение персональных данных;

7.3.5. Несоблюдение самим и подчиненными работниками производственной и трудовой дисциплины, охраны труда, правил внутреннего трудового распорядка;

7.4. Департамент по маркетингу и продажам несет коллективную ответственность за:

7.4.1. Качество и своевременность выполнения задач и функций, возложенных на департамент по маркетингу и продажам;

7.4.2. Соблюдение требований трудового законодательства.

## **8. Взаимодействия и связи с другими структурными подразделениями**

8.1. Департамент по маркетингу и продажам взаимодействует со структурными подразделениями ТУ УГМК по направлениям своей деятельности:

8.1.1. По вопросам продвижения и реализации услуг ТУ УГМК на внешнем рынке;

8.1.2. По совместной организации мероприятий и участию в событиях, направленных на привлечение внешних клиентов;

8.1.3. С кафедрами ТУ УГМК по вопросам совместного планирования и контроля выполнения планов, учебной нагрузки профессорско-преподавательским составом, подготовки отчетной документации;

8.1.4. Со службой главного бухгалтера по финансовым вопросам формирования штата департамента по маркетингу и продажам, укрепление дисциплины работников, совместная подготовка текущей и отчетной документации;

8.1.5. С административно-хозяйственной службой и управлением информационных технологий по вопросам готовности аудиторного фонда;

8.1.6. С другими структурными подразделениями взаимодействует по вопросам организации учебного процесса по программам дополнительного профессионального образования в ТУ УГМК для работников организаций, не входящих в сферу влияния УГМК.