

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор ОАНО ВО «ИМЭФ»

Терентьева Е.А.

Е.А. Терентьева 20 17 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

об Отделе регионального развития и маркетинга
Образовательной автономной некоммерческой организации
высшего образования
«Институт мировой экономики и финансов»

г. Астрахань 2017

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Отдел регионального развития и маркетинга является структурным подразделением Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт мировой экономики и финансов» (далее – ОАНО ВО «ИМЭФ» /Институт).

Отдел регионального развития и маркетинга создается и ликвидируется приказом Ректора Института. Отдел регионального развития и маркетинга непосредственно подчиняется Проректору по региональному развитию и маркетингу.

1.2. В своей деятельности Отдел регионального развития и маркетинга руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, приказами и распоряжениями Ректора Института, Уставом Института, коллективным договором, правилами внутреннего распорядка, а также иными локальными актами Института.

1.3. Штатный состав и структуру Отдела регионального развития и маркетинга утверждает Ректор Института. В состав отдела входят: специалист по маркетингу, специалист по работе с клиентами, региональный менеджер. При необходимости допускается введение новых должностей, исключение и переименование существующих должностей.

Руководство Отделом регионального развития и маркетинга осуществляет Начальник отдела, который назначается на должность и освобождается от должности приказом Ректора Института по представлению Проректора по региональному развитию и маркетингу. В период отсутствия Начальника отдела (нахождения его в отпуске, командировке, в период нетрудоспособности и пр.) его обязанности исполняет лицо, временно назначенное приказом Ректора.

II. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ОТДЕЛА

Основными задачами Отдела регионального развития и маркетинга являются:

2.1. Разработка маркетинговой политики Института, подготовка и проведение маркетинговых исследований;

2.2. Выявление ключевых внутренних и внешних проблем Института и разработка оптимальных способов их решения;

2.3. Анализ потребительских свойств реализуемых Институту услуг, а также требований, предъявляемых к ним потребителями;

2.4. Исследование существующих систем реализации и сбыта;

2.5. Стимулирование сбыта производимых Институту услуг и продуктов, организация обмена опытом по направлениям деятельности Отдела регионального развития и маркетинга в форме конференций, семинаров, круглых столов, тренингов и иных мероприятий, в том числе с привлечением молодых специалистов и ведущих специалистов страны и зарубежья;

2.6. Создание и апробирование новейших методик маркетинговых исследований в сфере услуг;

2.7. Оказание содействия в работе приемной комиссии Института путем:

- организации маркетинговой поддержки;

- организации и проведения профориентационных мероприятий среди учащихся образовательных организаций среднего общего образования, среднего профессионального образования с целью привлечения молодежи к получению высшего образования по наиболее востребованным на рынке труда направлениям подготовки высшего образования;

- организации работы по набору и приему граждан, в том числе и иностранных на обучение в Институт по всем реализуемым направлениям подготовки основной образовательной программы высшего образования, всем формам обучения;

2.8. Осуществление представительских функций от лица Института в государственных, муниципальных и иных органах власти, в том числе международных организациях (учреждениях, предприятиях) по вопросам перспективы развития

совершенствования политики качества образовательных услуг, расширения сферы и направленности образовательных услуг;

2.9. Создание региональной сети, путем налаживания партнерских отношений с образовательными и иными организациями (учреждениями, предприятиями) региона, а также за пределами Российской Федерации, в том числе образовательными и иными организациями, учреждениями стран ближнего зарубежья (стран, бывших СНГ) для развития совместной деятельности по удовлетворению потребностей заказчиков (обучающихся) в получении качественных, всесторонне развитых образовательных услугах;

2.10. Осуществление сотрудничества с образовательными и научными организациями, учреждениями, иными организациями, предприятиями региона, иных субъектов Российской Федерации и зарубежных стран в области маркетинга и регионального развития.

III. ФУНКЦИИ ОТДЕЛА

В соответствии с возложенными на него задачами Отдел регионального развития и маркетинга осуществляет следующие функции:

3.1. Представляет интересы Института в государственных, муниципальных и иных организациях, в том числе международных организациях (учреждениях, предприятиях) по вопросам перспективы развития и совершенствования политики качества образовательных услуг, расширения сферы и направленности образовательных услуг, иным вопросам, входящим в компетенцию отдела;

3.2. Путем содействия приемной комиссии Института организует и проводит работу по набору и приему граждан, в том числе иностранных на обучение в Институт по всем направлениям подготовки основных образовательных программ высшего образования, на все формы обучения, для чего:

- заключает договорные отношения с российскими и иностранными организациями, занимающимися направлением граждан на обучение;

- поддерживает связи с официальными государственными, исполнительными органами Российской Федерации, образовательными организациями (учреждениями), в целях обеспечения набора и приема граждан в Институт, а также органами власти, образовательными организациями и учреждениями иностранных государств в рамках межправительственных соглашений, с целью привлечения для обучения в Институт иностранных граждан;

- организует работу по созданию и обеспечению деятельности пунктов приема как на территории российской Федерации, так и за ее пределами, в рамках существующих партнерских соглашений либо договорных отношений с юридическими и физическими лицами, обеспечивающими оказание услуг по осуществлению набора и приема граждан на обучение в Институт.

3.3. Организует и проводит профориентационные мероприятия среди обучающихся образовательных организаций, учреждений среднего общего образования, среднего профессионального образования с целью привлечения молодежи в получении высшего образования по наиболее востребованным специальностям и направлениям подготовки высшего образования;

3.4. Ведет просветительскую работу среди общественности, организует и проводит рекламные кампании посредством массовой информации, промо-акции, «Дни открытых дверей», участвует в образовательных выставках, ярмарках, в том числе международных;

3.5. Вырабатывает стратегию маркетинга Института, осуществляет разработку планов маркетинговой работы, организует проведение конференций, семинаров, тренингов и т.д., разрабатывает методические материалы, проекты и проводит маркетинговые исследования;

3.6. Предоставляет консалтинговые услуги по вопросам маркетинга, разрабатывает программы по выявлению эффективных инструментов для продвижения организации высшего образования;

3.7. Организует процесс рыночных исследований, направленных на изучение поведения потребителей образовательных услуг и продуктов, реализуемых Институтом;

3.8. Собирает информацию о конкурентах по следующим направлениям: объемы реализации услуг и продуктов по соответствующим сегментам рынка, общая доля на рынке, цели и поведение на рынке и др.;

3.9. Выявляет сильные и слабые стороны конкурентов по качеству реализуемых услуг и продуктов, ценовой политике, продвижению услуг и продуктов, сбытовой политике, формам осуществления расчетов;

3.10. Проводит анализ существующих сетей реализации услуг и продуктов, выявляет ключевые внутренние и внешние проблемы Института;

3.11. Составляет по результатам маркетинговых исследований прогнозы развития рынка по видам услуг и продуктов, реализуемых Институтом;

3.12. Выявляет и планирует новые виды образовательных услуг, организует их реализацию Институтом;

3.13. Изучает, планирует и содействует рыночному внедрению результатов предпринимательской деятельности Института;

3.14. Разрабатывает предложения по эффективному распределению и использованию всех видов ресурсов Института - материальных, финансовых, трудовых и технологических;

3.15. Организует, планирует и координирует мероприятия по формированию и продвижению благоприятного имиджа результатов деятельности Института.

IV. ПРАВА

Отдел регионального развития и маркетинга для решения возложенных на него задач и функций имеет право:

4.1. Запрашивать в установленном порядке от структурных подразделений Института информацию (материалы) по вопросам, входящим в компетенцию отдела.

4.2. Создавать экспертные и рабочие группы по вопросам исследования и анализа рынков сбыта.

4.3. Координировать деятельность структурных подразделений Института по вопросам маркетинга и регионального развития.

4.4. Проводить в пределах своих полномочий в установленном порядке переговоры с образовательными, научными организациями и учреждениями, иными юридическими и физическими лицами, согласовывать и заключать в интересах Института договора на совместную деятельность, партнерские соглашения, меморандумы, гражданско-правовые договора на оказание услуг, выполнение работ и пр.

4.5. Использовать средства, выделяемые на финансирование отдела, для проведения (участия) рекламных мероприятий, выставок, ярмарок, презентаций, семинаров и др.

4.6. Вносить на рассмотрение руководства Института предложения по вопросам развития маркетинговой политики Института в целом, в виде проектов.

4.7. Требовать от руководства Института организационного и материально-технического обеспечения своей деятельности, а также оказания содействия в исполнении поставленных перед Отделом функций и задач.

V. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение Отделом регионального развития и маркетинга функций и задач, предусмотренных настоящим Положением, несет Начальник отдела.

5.2. На Начальника отдела возлагается персональная ответственность за:

- организацию деятельности Отдела регионального развития и маркетинга по выполнению задач и функций, возложенных на отдел;

- соблюдение работниками Отдела регионального развития и маркетинга трудовой и производственной дисциплины;

- обеспечение сохранности имущества, закрепленного за Отделом регионального развития и маркетинга, и соблюдение правил пожарной безопасности;

- подбор, расстановку и деятельность работников Отдела регионального развития и маркетинга;

- соответствие законодательству визируемых им проектов приказов, инструкций, положений, постановлений и других документов.

5.3. Ответственность работников Отдела регионального развития и маркетинга устанавливается должностными инструкциями.

VI. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ. СВЯЗИ

6.1. Отдел регионального развития и маркетинга осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими структурными подразделениями Института, а также с государственными и муниципальными органами, учреждениями, иными организациями всех форм собственности, физическими лицами, а также иностранными гражданами и юридическими лицами.

6.2. Отдел регионального развития и маркетинга взаимодействует со всеми структурными подразделениями по вопросам:

- информационной и маркетинговой консультации;

- разработки и систематического обновления стратегических и тактических маркетинговых планов структурных подразделений Института.