

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ярославский государственный педагогический университет  
им. К.Д.Ушинского»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

М.В. Груздев

«

01

09

г.



ПОЛОЖЕНИЕ  
ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА И ДОГОВОРНОЙ РАБОТЫ  
ИНСТИТУТА РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

## **I. Общие положения**

1. Отдел маркетинга и договорной работы является структурным подразделением Института развития кадрового потенциала (далее – ИРКП) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского» (далее – Университет)..

2. Отдел создается и ликвидируется приказом ректора университета.

3. Отдел подчиняется непосредственно директору и заместителю директора ИРКП.

4. В своей деятельности отдел руководствуется:

- федеральными законами Российской Федерации;
- указами и распоряжениями Президента Российской Федерации;
- постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации;
- законами субъекта Российской Федерации;
- иными нормативно-правовыми документами Российской Федерации;
- Уставом Университета;
- Положением об Институте развития кадрового потенциала;
- настоящим Положением.

## **II. Структура**

1. Структуру и штатную численность отдела утверждает ректор университета исходя из условий и особенностей деятельности по представлению директора ИРКП по согласованию с отделом кадров Университета.

2. Отдел маркетинга и договорной работы возглавляет начальник, назначаемый на должность и освобождаемый от должности приказом ректора университета по представлению директора ИРКП.

3. Должностные инструкции сотрудников отдела маркетинга и договорной работы утверждаются директором ИРКП, а распределение обязанностей между сотрудниками подразделений производится начальником отдела маркетинга и договорной работы.

## **III. Задачи**

1. Разработка маркетинговой стратегии.

2. Анализ положения университета на рынке услуг дополнительного профессионального образования (далее – ДПО), его финансово-хозяйственной деятельности и эффективности управления институтом.

3. Разработка стратегии развития ИРКП.

4. Выявление ключевых внутренних и внешних проблем ИРКП и разработка оптимальных способов их решения.

6. Анализ потребительских свойств реализуемых программ ДПО и требований, предъявляемых к ним потребителями.

7. Организация рекламы.

8. Организация сбора и анализа информации об удовлетворенности слушателей дополнительных образовательных программ полученной услугой.

9. Своевременная подготовка договоров и их заключение.

10. Рассмотрение претензий и подготовка ответов.

11. Подготовка материалов для направления претензий контрагентам за невыполнение ими договорных обязательств.

#### IV. Функции

1. В области маркетинга:
  - 1.1. Определение проблемы, связанной со предложением услуг ДПО.
  - 1.2. Получение первичной информации (внешней и внутренней).
  - 1.3. Проведение анализа вторичной информации (внешней и внутренней).
  - 1.4. Проведение анализа данных, характеризующих рынок ДПО.
  - 1.5. Формирование рекомендаций по результатам проведенного анализа.
  - 1.6. Поиск и систематизация информации о существующем уровне предложений ДПО, объемах и содержании предлагаемых услуг; потребителях и сегментации рынка ДО и ДПО; основных характеристиках рынка дополнительного образования (далее ДО) и ДПО для каждого его сегмента (эластичности сложившихся цен, потенциальной и реальной емкости рынка, его насыщенности); географическом распределении товара, его экспортных рынках.
    - 1.7. Определение уровня конкуренции в секторе реализуемых программ ДПО.
    - 1.8. Составление по результатам маркетинговых исследований прогнозов развития рынка услуг ДПО, в которых определяются фазы и продолжительность жизненного цикла по каждой программе ДПО, а также приводится оценка потенциальных рисков деятельности ИРКП.
    - 1.9. Проведение анализа существующих сетей реализации программ ДПО и эффективности существующей стратегии привлечения клиентов.
      - 1.10. Подготовку предложений по оптимизации перечня реализуемых программ ДПО.
      - 1.11. Анализ эффективности ценовой политики и предложения по ее корректировке.
      - 1.12. Анализ кредиторской и дебиторской задолженности ИРКП, выявление безнадежных долгов.
      - 1.13. Разработка стратегии развития ИРКП на основе осуществленных прогнозов развития рынков ДПО, оценки потенциальных рисков.
      - 1.14. Составление перечня мероприятий, необходимых для формирования стратегии поведения ИРКП на рынке образовательных услуг, с учетом географической дифференциации, группы клиентов, базовой ценовой стратегии; квалификации и практического опыта педагогического персонала.
      - 1.15. Возможность кооперации и сетевого взаимодействия с другими университетами и организациями ДПО.
      - 1.16. Выявление потребности клиентов в новых программах ДПО.
      - 1.17. Созданию банка данных по маркетингу программ ДПО университета (заявок, договоров о намерении и т.д.).
      - 1.18. Участие в разработке предложений и рекомендаций по изменению программ ДПО.
      - 1.19. Сбор информации о планируемых выставках, ярмарках, анализ затрат на участие.
      - 1.20. Подготовка предложений по формированию фирменного стиля ИРКП.
2. В области договорной работы:
  - 2.1. Определение форм договорных отношений.
  - 2.2. Подготовка проектов договоров, а также согласование условий проектов договоров, разработанных контрагентами.
  - 2.3. Проверка документации, представленной контрагентами, и подготовка заключений о ее качестве.
  - 2.4. Составление протоколов разногласий в случае, если у договорного возникли возражения по отдельным условиям договоров.
  - 2.5. Рассмотрение протоколов разногласий, направленных контрагентами.
  - 2.6. Прием представителей контрагентов по вопросам заключения договоров.

2.7. Передача проектов договоров для согласования проректору по научной работе, руководителям структурных подразделений, с которыми эти проекты должны быть согласованы, а также в юридический отдел для правовой экспертизы и визирования.

2.8. Заключение предварительных и окончательных договоров.

2.9. Рассмотрение предложений контрагентов по изменению и дополнению заключенных договоров.

2.10. Подготовка проектов изменений и дополнений в заключенные договоры, направление их контрагентам.

2.11. Принятие мер к доарбитражному (несудебному) урегулированию разногласий в случае полного или частичного несогласия университета с предложениями контрагентов по изменению условий договоров.

2.12. Контроль за выполнением ИРКП условий договоров;

2.13. Контроль за выполнением контрагентами условий договоров.

2.14. Сбор и систематизация данных о контрагентах:

2.15. Подготовка материалов для направления претензий контрагентам в случае нарушения ими своих договорных обязательств.

## **V. Права**

Отдел маркетинга и договорной работы имеет право:

1. Давать указания структурным подразделениям ИРКП по вопросам, относящимся к компетенции отдела и вытекающим из функций, которые перечислены в настоящем Положении.

2. Требовать и получать от структурных подразделений ИРКП материалы, необходимые для осуществления деятельности отдела.

3. Вести переписку по вопросам, входящим в компетенцию отдела и не требующим согласования с руководителем ИРКП.

4. Представительствовать в установленном порядке от имени ИРКП по вопросам, относящимся к компетенции отдела, во взаимоотношениях с государственными и муниципальными организациями, а также другими организациями, учреждениями.

5. Вносить предложения руководству ИРКП о привлечении к материальной и дисциплинарной ответственности должностных лиц института по результатам проверок.

6. Вносить предложения руководству ИРКП о перемещении работников отдела, их поощрении за успешную работу, а также предложения о наложении взысканий на работников, нарушающих трудовую дисциплину.

7. Давать разъяснения и рекомендации по вопросам, входящим в компетенцию отдела.

8. Проводить и участвовать в конференциях, совещаниях, семинарах по вопросам маркетинга.

9. Начальник отдела маркетинга и договорной работы визирует все документы, связанные с деятельностью отдела (планы, договоры, отчеты, сметы, справки, пр.).

10. Запрашивать и получать от подразделений ИРКП сведения, справочные и другие материалы, необходимые для осуществления деятельности отдела.

## **VI. Взаимоотношения (служебные связи).**

Для выполнения функций и реализации прав отдел маркетинга и договорной работы взаимодействует:

6.1. С отделом реализации программ дополнительного профессионального образования ИРКП:

Для получения:

– заявок на поиск информации о заказчиках услуг;

- запросов о конъюнктуре разработанных программ ДПО;
- экспертных заключений на учебные программы;
- заключений о возможности реализации учебных программ, предложенных отделом маркетинга и договорной работы;

Предоставления:

- данных о спросе на реализуемые учебные программы ДПО;
- сведений о деятельности конкурентных организаций;
- предложений по разработке новых учебных программ;
- документов и материалов для участия в выставках, ярмарках;
- сведений о новых технологиях, формах и видах обучения по программам ДПО;

2. С отделом организационного и методического обеспечения ИРКП:

Для получения:

- сведений о наличии запасов материально-технических средств и документов установленного образца;
- сведений о заключенных договорах поставки материально-технических средств;
- заявок на проведение маркетингового анализа цен на реализуемые программы ДПО;
- документов, необходимых для оформления участия в выставках, ярмарках.

Для предоставления:

- информации о несоответствии приобретаемым материальным средств потребностям института;
- предоставление информации о потребности в материальных средствах;
- сведений о ценах на требуемые материально-технические средства у различных поставщиков;
- сведений о появлении новых видов материалов, ТСО, компьютерных программ, учебной литературы;
- сведений о планируемых выставках, ярмарках.

Схемы взаимодействия отдела маркетинга и договорной работы с другими подразделениями ИРКП разрабатываются начальником отдела, и передаются сотрудникам отдела для практического использования.

## **VII. Ответственность**

Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение функций отдела несет начальник отдела маркетинга и договорной работы.

На начальника отдела маркетинга и договорной работы возлагается персональная ответственность в случае:

- несоответствия законодательству издаваемых отделом инструкций, приказов;
- представления недостоверной информации, использование которой привело к осложнению взаимоотношений с контрагентами университета, уменьшению прибыли, а также причинению ущерба деловой репутации университета;
- необеспечения или ненадлежащего обеспечения руководства ИРКП информацией по вопросам работы отдела маркетинга и договорной работы;
- несвоевременного, а также некачественного исполнения документов и поручений руководства института;
- несоблюдения трудового распорядка работниками отдела.

Ответственность работников отдела маркетинга и договорной работы устанавливается должностными инструкциями.

### **VIII. Заключительные положения**

Внесение изменений в настоящее Положение осуществляется в установленном в университете порядке.

В соответствии с настоящим Положением разрабатываются и принимаются в установленном порядке иные локальные акты, регламентирующие деятельность ИРКП в сфере дополнительного образования.