

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Інститут інноваційних освітніх технологій



ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор НАУ

В. Ісаєнко

« 10 2020 р.



Система менеджменту якості
ПОЛОЖЕННЯ
про відділ маркетингу
Інституту інноваційних освітніх технологій

СМЯ НАУ П 23.08(01) - 01 - 2020

Рівень документа - 2а

Цикловий термін між ревізіями - 1 р. КИЇВ

Контрольний примірник



Система менеджменту якості
ПОЛОЖЕННЯ
про відділ маркетингу
Інституту інноваційних освітніх
технологій

Шифр
документа

СМЯ НАУ П
23.08(01) - 01 - 2020

стор. 3 з 11

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

№ з/п	ЗМІСТ	стор.
1.	ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
2.	ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ	4
3.	ФУНКЦІЇ	5
4.	КЕРІВНИЦТВО	6
5.	ПРАВА ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	6
6.	СТРУКТУРА, ШТАТНИЙ РОЗКЛАД ТА РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	7
7.	ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ СТРУКТУРНИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ	7
8.	РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ	7
9.	ДОДАТОК 1	9

1.4. У відділі виконуються обов'язкові процеси СМЯ:

- процесів, пов'язаних з наданням освітніх послуг;
- управління задокументованою інформацією;
- управління ризиками;
- управління повідомленнями та коригувальні дії.

1.7. Відділ у своїй діяльності керується чинним законодавством України; нормативними документами Міністерства освіти і науки України; трудовим законодавством України; нормативними документами Міністерства освіти і науки України; Статутом НАУ; Положенням про Начально-науковий інститут інноваційних освітніх технологій Національного авіаційного університету; наказами ректора, розпорядженнями ректора (проректора), директорів Інституту, представника вищого керівництва з якості, Інструкцією з діловодства, іншими чинними нормативними документами з питань маркетингової діяльності, документацією системи менеджменту якості Університету та іншими нормативними актами.

1.8. Відділ:

1.8.1. Здійснює ознайомлення працівників із нормативними документами про захист персональних даних та їх обов'язків щодо розголошення у будь-який спосіб персональних даних, що їм було довірено або що стали їм відомі у зв'язку з виконанням професійних, службових чи трудових обов'язків;

1.8.2. Здійснює обробку персональних даних працівників відділу;

1.8.3. Забезпечує збереження документів, що містять персональні дані;

1.8.4. Забезпечує доступ суб'єктів персональних даних до власних персональних даних.

1.9. Відділ реорганізується та ліквідується відповідно до чинного законодавства.

2. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ

2.1. Основними завданнями відділу є:

- планування, організація та контроль виконання процесів пов'язаних із залученням ринку надання освітніх послуг;
- забезпечення розробки та впровадження методології та технологій проведення маркетингових заходів та реклами;
- інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів та сайту Інституту;



1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Відділ маркетингу (далі – відділ) є структурним підрозділом Інституту інноваційних освітніх технологій (далі – Інститут) Національного авіаційного університету (далі – Університет).

1.2. Основною діяльністю відділу є організація комплексного вивчення та аналізу вітчизняних та зарубіжних ринків освітніх послуг, розробка стратегії маркетингової діяльності Інституту, орієнтація керівництва Інституту на виконання вимог споживачів щодо послуг, які надає Інститут.

1.3. Відділ має право на прийняття самостійних рішень, що не суперечать чинному законодавству, Статуту НАУ та спрямовані на підвищення ефективності діяльності відділу та Інституту (Університету).

1.4. Робота відділу здійснюється у відповідності до щорічних планів роботи відділу та Інституту і направлена на підвищення ефективності їхньої діяльності та ресурсів.

1.5. Положення про відділ маркетингу Інституту затверджується ректором НАУ після узгодження з керівниками відповідних структурних підрозділів Університету.

1.6. У відділі виконуються обов'язкові процеси СМЯ:

- процеси, пов'язані з замовниками освітніх послуг;
- управління задокументованою інформацією;
- управління ризиками;
- управління невідповідностями та коригувальні дії.

1.7. Відділ в своїй діяльності керується чинним законодавством України; нормативними документами Міністерства освіти і науки України; трудовим законодавством України; нормативними документами Міністерства освіти і науки України; Статутом НАУ; Положенням про Навчально-науковий інститут інноваційних освітніх технологій Національного авіаційного університету; наказами ректора, розпорядженнями: ректора (проректора), директора Інституту, представника вищого керівництва з якості; Інструкцією з діловодства; іншими чинними нормативними документами з питань маркетингової діяльності, документацією системи менеджменту якості Університету та іншими нормативними актами.

1.8. Відділ:

1.8.1. Здійснює ознайомлення працівників із нормативними документами про захист персональних даних та їх обов'язків щодо нерозголошення у будь-який спосіб персональних даних, що їм було довірено або що стали їм відомі у зв'язку з виконанням професійних, службових чи трудових обов'язків;

1.8.2. Здійснює обробку персональних даних працівників відділу;

1.8.3. Забезпечує збереження документів, що містять персональні дані;


1.8.4. Забезпечує доступ суб'єктів персональних даних до власних персональних даних.

1.9. Відділ реорганізується та ліквідується відповідно до чинного законодавства.

2. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ

2.1. Основними завданнями відділу є:

- планування, організація та контроль виконання процесів пов'язаних із вивченням ринку надання освітніх послуг;
- забезпечення розробки та впровадження методології та технології проведення маркетингових заходів та реклами;
- інформаційне наповнення Інтернет-ресурсів та сайту Інституту;

	<p>Система менеджменту якості ПОЛОЖЕННЯ про відділ маркетингу Інституту інноваційних освітніх технологій</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ П 23.08(01) - 01 - 2020
		стор. 5 з 11	

- організація комплексного вивчення й аналіз вітчизняних та зарубіжних ринків, перспектив їх розвитку з метою накопичення інформації щодо співвідношення попиту і пропозиції рівня цін, можливих замовлень, інноваційних заходів організацій-конкурентів, стратегії й тактики їх діяльності, реакції на появу нових послуг на ринку;
- виконання замовлень щодо формування бланків документів (заяви, договори, анкети, довідки тощо);
- ведення бази даних макетів бланків документів за допомогою програмних засобів та своєчасне її поновлення;
- здійснення маркетингових досліджень та аналіз їх результатів;
- покращення системи менеджменту якості та проведення коригувальних та запобіжних дій з метою усунення причин наявних та потенціальних невідповідностей на рівні відділу (Інституту);
- співпраця зі структурними підрозділами Інституту (Університету), іншими установами та організаціями з питань розвитку Інституту (Університету), віднесених до компетенції відділу;
- здійснення розробки стратегії маркетингової діяльності Інституту;
- організація досліджень споживчої властивості освітніх послуг та факторів, що визначають структуру та динаміку споживчого попиту на послуги Інституту, ринкової кон'юнктури;
- здійснення та розробка маркетингових заходів, що спрямовані на забезпечення ефективного функціонування СМЯ Інституту (Університету);
- вивчення ринку надання освітніх послуг;
- обробка портфелю замовлень з метою визначення постійних та перспективних замовників та підтримання з ними ділових контактів і тривалих партнерських зв'язків;
- підготовка місячних, щоквартальних та річних планів та звітів;
- організація та участь у підготовці та проведенні виставок, рекламних акцій, освітніх рекламно-інформаційних заходах;
- залучення абітурієнтів до навчання;
- розміщення реклами про Інститут (Університет) у засобах масової інформації, на сайті Інституту (Університету) та у соціальних мережах;
- створення та управління іміджевим статусом Інституту.

3. ФУНКЦІЇ

Для виконання покладених завдань відділ здійснює такі функції:

- 3.1. Розробка перспективних і річних показників діяльності відділу (Інституту).
- 3.2. Аналіз маркетингової діяльності Інституту та внесення пропозицій з її удосконалення.
- 3.3. Контроль за правильним та ефективним використанням трудових, матеріальних та інших ресурсів.
- 3.4. Розробка і забезпечення необхідної документації відділу (Інституту).
- 3.5. Робота з електронною базою даних потенційних клієнтів, споживачів, партнерів, стейхолдерів.
- 3.6. Подання звітів керівництву Інституту (Університету).
- 3.7. Планування, організація та контроль маркетингових досліджень.
- 3.8. Участь у процесі набору абітурієнтів за відповідними спеціальностями (освітніми програмами) Інституту (Університету).
- 3.9. Проведення системних рекламних заходів для цільової аудиторії Інституту (Університету).



3.10. Налагодження зв'язків зі структурними підрозділами Інституту (Університету), вивчення можливості та доцільності встановлення тривалих ділових відносин з іншими установами, організаціями, партнерами та стейхолдерами.

3.11. Забезпечення ефективного функціонування СМЯ Інституту (Університету) в частині його повноважень, здійснення коригувальних та попереджуючих дій, а також оперативного управління невідповідностями, записами та документацією.

3.12. Організація роботи щодо аналізу ефективності використання рекламних послуг, встановлення найбільш ефективних форм і методів їх реалізації.

3.13. Розповсюдження інформації щодо послуг та можливостей Інституту на внутрішньому та зовнішньому ринках.

3.14. Забезпечення участі відділу в підготовці перспективних і річних планів Інституту, виконання робіт щодо вивчення попиту на послуги Інституту, одержання замовлень, узгодження умов і укладання договорів на їх виконання.

3.15. Облік виконання замовлень і договорів щодо надання послуг.

4. КЕРІВНИЦТВО

4.1 Відділ очолює начальник, який безпосередньо підпорядкований директору (заступнику директора) Інституту.

4.2. Начальник відділу:

– призначається на посаду і звільняється з посади наказом ректора Університету за поданням директора Інституту;

– здійснює загальне адміністративне керівництво відділом.

4.3. Призначається на посаду з числа фахівців, що мають відповідну вищу освіту, певний рівень поінформованості в сфері СМЯ і досвід роботи провідного фахівця не менше 2 років.

4.4. У своїй службовій діяльності керується Конституцією і законами України; постановами Верховної Ради і Кабінету Міністрів України, інших органів центральної виконавчої влади; Статутом НАУ; рішеннями Вченої ради Університету (Інституту); цим Положенням; трудовим законодавством України; нормативними документами Міністерства освіти і науки України; Положення про Навчально-науковий інститут інноваційних освітніх технологій Національного авіаційного університету, затвердженим наказом ректора від 13.02.2019 № 058/од; наказами ректора, розпорядженнями ректора (проректора, директора Інституту, представника вищого керівництва з якості); документацією СМЯ Університету (Інституту); посадовою інструкцією, іншими нормативними документами.


4.5. Службову діяльність здійснює на підставі затверджених планів і посадової інструкції.

4.6. Є працівником з не нормованим робочим днем.

5. ПРАВА ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

5.1. Відповідальність начальника відділу та інших працівників відділу визначається чинним законодавством, Правилами внутрішнього розпорядку Університету та посадовими інструкціями працівників.

5.2. Начальник відділу несе особисту відповідальність за відділ в цілому, за рівень організації і проведення процесів СМЯ, за створення здорової, творчої атмосфери в колективі відділу, підвищення кваліфікації співробітників відділу, дотримання штатної і фінансової дисципліни, Правил внутрішнього розпорядку, охорони праці, протипожежної безпеки, ефективного і раціонального використання закріплених за відділом обладнання,

	Система менеджменту якості ПОЛОЖЕННЯ про відділ маркетингу Інституту інноваційних освітніх технологій	Шифр документа	СМЯ НАУ П 23.08(01) - 01 - 2020
		стор. 7 з 11	

майна і приміщень та їх збереження.

5.3. Відповідальність кожного працівника індивідуальна в залежності від обов'язків, покладених на нього для виконання завдань і функцій відділу в системі менеджменту якості.

5.4. Співробітники відділу мають право вимагати від відповідних служб Університету (Інституту) забезпечення необхідних умов для виконання своїх обов'язків.

5.5. Співробітники відділу мають право одержувати від інших відділів Університету (Інституту), установ і регіональних закладів матеріали, необхідні для виконання своїх функцій;

5.6. Співробітники відділу мають право здійснювати зв'язок від імені Інституту з державними установами (організаціями) для виконання завдань відділу в межах компетенцій.

5.7. Відділ має право:

- брати участь у роботі органів управління Інститутом, де обговорюються і вирішуються питання, що стосуються діяльності відділу;
- надавати пропозиції щодо удосконалення і поліпшення роботи відділу;
- ініціювати перед керівництвом Інституту заохочення його працівників за якісну і сумлінну працю.

6. СТРУКТУРА, ШТАТНИЙ РОЗКЛАД ТА РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

6.1. Структура і штатний розпис відділу визначаються з урахуванням завдань і функцій, передбачених цим Положенням, їх обсягу, а також інших чинників.

6.2. Структура відділу розробляється директором Інституту та затверджується ректором Університету.

6.3. Чисельність співробітників, фонд заробітної плати і витрати на утримання відділу встановлюються ректором Університету за погодженням із директором Інституту в межах лімітів штатної чисельності та фонду заробітної плати, що встановлюються для Університету Міністерством освіти і науки України.

6.4. Управлінська структура відділу наведена в додатку 1.

6.5. Обсяг ресурсів може змінюватись у залежності від обсягу завдань і функцій відділу.

7. ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ СТРУКТУРНИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ

7.1. Відділ реалізує покладені на нього завдання в тісній взаємодії з відповідними підрозділами Інституту (Університету).


7.2. Відділ у процесі виконання покладених на нього завдань взаємодіє з усіма підрозділами Інституту, факультетами Університету, відділом управління та адміністрування, юридичним відділом, бухгалтерією, відділом кадрів, відділом документообігу, планово-фінансовим відділом та іншими структурними підрозділами Університету.

8. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ

8.1. Результативність роботи відділу визначається на рівні всього відділу та на рівні кожного його співробітника.

8.2. Показники для розрахунку результативності (ефективності) визначаються (переглядаються) начальником відділу на початку звітнього періоду.

8.3. Кількісну оцінку результативності розраховують як відсоток виконання планових

	Система менеджменту якості ПОЛОЖЕННЯ про відділ маркетингу Інституту інноваційних освітніх технологій	Шифр документа	СМЯ НАУ П 23.08(01) - 01 - 2020
		стор. 8 з 11	

завдань, покладених на відділ або на кожного співробітника відділу.

8.4. Критеріями результативності виконання процесів є умови, при яких кількісна оцінка результативності не менша за плановий рівень, що визначається відповідно до документованої процедури «Управління процесами».

8.5. Вважається, що окремий плановий пункт завдання виконаний, якщо термін виконання та якість вихідного продукту відповідає встановленим вимогам.

8.6. Протягом звітного періоду проводиться моніторинг показників результативності (ефективності) діяльності відділу та їх аналіз.

8.7. Оцінку результативності процесів (підпроцесів) виконують відповідальні за процеси (підпроцеси). На основі цих оцінок формується оцінка результативності відділу (відповідальний – начальник відділу), що передається відповідальному з якості для формування інтегральної оцінки СМЯ Інституту (Університету).

8.8. Висновки щодо функціонування відділу оприлюднюються на засідання Вченої ради Інституту та/або зборах колективу Інституту.

8.9. При наявності невідповідностей щодо виконання процесів виконуються коригувальні та запобіжні дії.

