

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ»

**«УТВЕРЖДАЮ»**
Ректор АНОО ВО «СИБИТ»
М.Г. Родионов
_____ 2022 г.

**ПОЛОЖЕНИЕ О ЦЕНТРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И
РЕПУТАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Омск
2022

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Центр маркетинговых исследований и репутационных технологий автономной некоммерческой образовательной организации «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий» (АНОО ВО «СИБИТ») (далее – Центр) является структурным подразделением АНОО ВО «СИБИТ» (далее – Институт).

1.2. Центр создается, реорганизуется и ликвидируется приказом ректора Института в установленном порядке.

1.3. В своей деятельности Центр руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, ФЗ № 273 «Об образовании РФ», правилами охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты, правилами внутреннего распорядка Института, а также Уставом Института и настоящим Положением.

1.4. Непосредственное руководство Центром осуществляет директор, назначаемый на должность и освобождаемый от должности ректором Института по представлению советника ректора по маркетингу и связям с общественностью, осуществляющего общее руководство работой Центра. Права и обязанности директора Центра определяются должностной инструкцией.

1.5. Центр реализует свои задачи и функции во взаимодействии с другими структурными подразделениями Института, а также в пределах своей компетенции с государственными органами, органами местного самоуправления, физическими и юридическими лицами.

1.6. Центр для осуществления возложенных на него задач и функций может иметь бланки, штампы и печать, содержащие полное наименование центра.

1.7. Предоставление пользователям дополнительных услуг, оказываемых Центром на платной основе, регулируется «Прейскурантом платных услуг».

1.8. Центр ведет документацию и представляет планы работ, отчеты и иную информацию о своей деятельности в установленном порядке.

1.9. Состав и штатная численность Центра определяется штатным расписанием института по утверждению ректора.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

2.1. Центр создается для реализации одной из основных целей Института – подготовки кадров в области менеджмента, маркетинга и управления бизнесом.

2.2. Основными задачами Центра являются:

- проведение научных и прикладных исследований в области менеджмента, маркетинга на российских и зарубежных рынках;
- подготовка публикаций результатов научно-исследовательских работ по результатам научных исследований;
- участие в грантах и программах поддержки научных и прикладных исследований;
- организация и контроль над прохождением практик студентами Института в соответствии с учебными программами и Положением о практической подготовке;
- проведение информационно-консультативных услуг для предпринимателей, заинтересованных организаций и граждан в сфере маркетинговых исследований и репутационных технологий в решении коммерческих производственных задач;
- создание базы маркетинговых методик, получение и обмен методиками между специалистами в области маркетинга;
- содействие и создание условий для регулярного профессионального общения, обмена информацией, знаниями, опытом и мнениями между руководителями отделов маркетинга, консультантами, исследователями рынка, преподавателями;
- создание и развития музея рекламы и инструментов маркетинговых коммуникаций.

3. ФУНКЦИИ

3.1. Научно-образовательная функция (выработка стратегии маркетинга, разработка плана маркетинговой работы, организация конференций, семинаров, тренингов и т.д.; разработка научно-методических материалов; разработка проектов и проведение маркетинговых исследований);

3.2. Исследовательская функция (разработка программы и проведение маркетинговых исследований, предоставление консалтинговых услуг по вопросам маркетинга; выявление эффективных инструментов для продвижения организаций, товаров, услуг и т.д.);

3.3. Организация процесса рыночных исследований, направленных на изучение поведения потребителей услуг и продуктов, реализуемых Институтом, организацией-заказчиком;

3.4. Проведение анализа существующих каналов реализации услуг и продуктов Института, организации-заказчика;

3.5. Выявление ключевых внутренних и внешних проблем Института, организации-заказчика в области маркетинговой политики;

3.6. Составление по результатам маркетинговых исследований прогнозов развития рынков по видам услуг и продуктов, реализуемых Институтом, организацией-заказчиком;

3.7. Выявление и планирование новых видов коммерческих услуг, реализуемых Институтом, организацией-заказчиком;

3.8. Изучение, планирование и содействие рыночному внедрению результатов коммерческой деятельности Института;

3.9. Организация, планирование и координация мероприятий по формированию и продвижению благоприятного имиджа деятельности Института, организации-заказчика.

4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ

5.1. Центр имеет право:

5.1.1. самостоятельно определять содержание и конкретные формы своей деятельности в соответствии с целями, задачами и функциями, указанными в настоящем Положении;

5.1.2. самостоятельно разрабатывать документы, регламентирующие деятельность Центра. Вносить предложения по совершенствованию структуры, распорядку работы и представлять на утверждение ректору Института;

5.1.3. привлекать в порядке, установленном законодательством, дополнительные финансовые ресурсы за счет предоставления платных дополнительных услуг;

5.1.4. получать от структурных подразделений Института материалы и сведения, необходимые для решения поставленных перед Центром задач;

5.1.5. привлекать в порядке, установленном законодательством, дополнительные финансовые ресурсы: получение грантов, добровольные пожертвования и др.;

5.1.6. представлять Институт и принимать участие в работе научных конференций, совещаний, семинаров по вопросам маркетинговой деятельности;

5.1.7. совершать иные действия, не противоречащие действующему законодательству.

5.2. Обязанности Центра:

5.2.1. Выполнять возложенные задачи и функции;

5.2.2. Давать подразделениям и сотрудникам разъяснения по вопросам, относящимся к компетенции Центра;

5.2.3. Совершенствовать свою деятельность, как при помощи материально-технических средств, так и высокого уровня квалификации и ответственности каждого работника Центра.

5.2.4. Принимать к исполнению в части, касающейся его деятельности все приказы и распоряжения, утвержденные в Институте.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

6.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение Центром функций, предусмотренных настоящим Положением, несет директор Центра.

6.2. На директора Центра возлагается персональная ответственность за состояние техники безопасности и охрану труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.

6.3. Центр несет ответственность за сохранность материального имущества.

6.4. Ответственность работников Центра устанавливается должностными инструкциями.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. По представлению директора Центра в настоящее Положение могут быть внесены изменения и дополнения, вступающие в силу после их утверждения ректором Института.

7.2. Данное Положение является локальным нормативным актом образовательного учреждения.

7.3. При реорганизации Центра имеющиеся документы по основной деятельности и контингенту должны быть в установленном порядке переданы на хранение правопреемнику, а при ликвидации – в архив Института.

7.4. Положение принимается на неопределенный срок.

7.5. Изменения и дополнения в Положение принимаются в составе новой редакции Положения, после принятия которой, предыдущая редакция утрачивает силу.

СОГЛАСОВАНО:

Советник ректора по маркетингу
и связям с общественностью



Мацько В.В.

Юрисконсульт



Брагиш Ю.Е.