



Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Магнитогорский государственный технический  
университет им. Г.И. Носова»

СМК-ПСП-120-16

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВПО «МГТУ»

В.М. Колокольцев

Ввести в действие с «19» 02 2016

Взамен СМК-ПСП-120-11



СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

## ПОЛОЖЕНИЕ О СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ

*Отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы*

СМК-ПСП-120-16

Версия 2

Положение соответствует требованиям  
ИСО 9001:2008

Проректор по международной деятельности  
Лидер, ответственный за СМК

А.Г. Корчунов

Документ не подлежит передаче, воспроизведению и копированию  
без письменного разрешения Лидера, ответственного за СМК



## 1 Назначение и область применения

1.1 Настоящее Положение является документом системы менеджмента качества университета.

1.2 Настоящее Положение устанавливает структуру, основные задачи, функции, основные документы и взаимосвязи, а также права и ответственность отдела маркетинговых исследований и профориентационной работы.

1.3 Настоящее Положение соответствует требованиям стандарта ИСО 9001.

## 2 Нормативные ссылки

Настоящее Положение разработано на основании следующих документов:

Законодательные документы (законы РФ, указы Президента, положения Правительства РФ).

Нормативные и инструктивные документы (стандарты, положения, инструкции и т.д.) государственного, отраслевого уровня и уровня организации (дополнить перечисленные ниже при необходимости).

ИСО 9000:2005 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ИСО 9001:2008 Системы менеджмента качества. Требования

СМК-СМГТУ-29-11 Система менеджмента качества. Стандарт организации. Структура, содержание и изложение, правила оформления и обозначения документации системы менеджмента качества.

СМК-ДП 4.2.3-01-14 Система менеджмента качества. Документированная процедура управления. Управление документами.

СМК-МИ-29.02-14 Система менеджмента качества. Методическая инструкция. Общие требования к построению, содержанию, оформлению и управлению Положением о структурном подразделении.

## 3 Сокращения

В настоящем Положении применены следующие сокращения:

ФДОДиВ – факультет дополнительного образования детей и взрослых;


МГТУ – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»;

ОМИ и ПР – отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы.

## 4 Общие положения

4.1 В своей деятельности отдел МИ и ПР руководствуется действующей нормативной правовой и нормативно-технической документацией, внутренними документами университета, приказами ректора и распоряжениями декана факультета ДОДиВ, Политикой руководства университета и Целями подразделения в области качества, Должностными инструкциями работников отдела МИ и ПР, планами деятельности подразделения и настоящим Положением.

Отдел МИ и ПР является структурным подразделением факультета ДОДиВ.

	<b>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»</b>		
	<b>Версия 2</b>	<b>СМК – ПСП – 120 – 16</b>	<b>Лист Всего листов</b>

4.2 Руководство отделом МИ и ПР осуществляет начальник, назначаемый и освобождаемый от должности приказом ректора по представлению декана факультета ДОДиВ.

4.3 На должность начальника отдела МИ и ПР назначается лицо, имеющее высшее образование и стаж работы на руководящей должности не менее 5 лет. В период отсутствия начальника отдела МИ и ПР его функции выполняет специалист отдела.

4.4 Реорганизация и ликвидация отдела МИ и ПР осуществляется приказом ректора МГТУ по представлению декана факультета ДОДиВ.

4.5 Подразделение непосредственно подчиняется декану факультета и входит в состав факультета дополнительного образования детей и взрослых.

4.6 Структура отдела маркетинговых исследований и профориентационной работы представлена на рисунке.

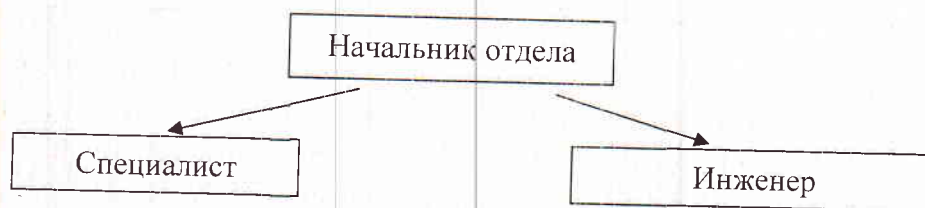


Рисунок 1 – Структура отдела маркетинговых исследований и профориентационной Работы

4.7 Кадровый состав отдела МИ и ПР, деятельность которого регламентируется соответствующими должностными инструкциями:

- начальник отдела СМК-О-ДИ-468-16;
- специалист отдела СМК-О-ДИ-470-16;
- инженер СМК-О-ДИ-469-16.

4.8 Отдел МИ и ПР обязан выполнять все возложенные на него настоящим Положением задачи и функции.

## 5 Основные задачи

Отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы, являясь структурным подразделением факультета дополнительного образования детей и взрослых, в своей деятельности реализует следующие цели и задачи:

Цель: Разработка и реализация комплекса образовательного маркетинга.

Задачи:

1. Комплексное изучение рынка:
  - изучение потребителей,
  - изучение деятельности конкурентов;
  - сегментация рынка, анализ параметров сегментов, позиционирование.





2. Создание каналов распределения и выбор средств (методов) реализации (продажи) товаров и услуг:

- формирование каналов распределения;
- выбор посредников.

3. Развитие коммуникационных связей:

- рекламные компании;
- проведение выставок, презентаций;
- поощрение пользователей услуг;
- стимулирование сотрудников сбыта;
- формирование положительного имиджа университета.

## 6 Функции

В соответствии с основными целями и задачами отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы осуществляет:

6.1 Исследования рынка образовательных услуг университета, изучение запроса потребителей, сегментация рынка, анализ параметров сегмента;

- исследование потребительских свойств, предоставляемых образовательных услуг МГТУ и сбор информации об удовлетворенности ими потребителей;
- координация и согласование действий всех функциональных отделов, институтов/факультетов в выработке единой маркетинговой философии;
- организация обратной связи с потребителями: изучение мнения потребителей и их предложений по улучшению предоставляемых образовательных услуг.

6.2 Разработка ассортимента образовательных услуг, оценка состояния и повышения уровня конкурентоспособности образовательных услуг МГТУ, подготовка предложений по разработке новых образовательных услуг университета:

- анализ состояния реализации образовательных услуг МГТУ;
- информированность потребителей об образовательных услугах МГТУ;
- изучение и использование передового опыта рекламы;
- организация информированности потенциальных потребителей (учащиеся школ, колледжей, взрослое население) о преимуществах предоставляемых образовательных услуг МГТУ.

6.3 Формирование каналов распределения, выбор посредников, разработка форм и методов реализации образовательных услуг:

- планирование и осуществление работы по маркетингу образовательных услуг (профориентационная работа);
- организация маркетинга образовательных услуг (профориентационная работа) совместно с педагогическим составом образовательного учреждения;
- организация связи с отделами образования, центрами занятости, предприятиями и другими заинтересованными лицами;
- участие в организации и проведении олимпиад для школьников различного уровня.



6.4 Рекламная кампания, выставки, презентации, ярмарки. Формирование положительного имиджа МГТУ:

- участие МГТУ во всероссийских и региональных отраслевых выставках, ярмарках, днях старшеклассников и дней открытых дверей и других мероприятий по формированию потребительского спроса на предоставляемые образовательные услуги;
- расширение рынка и поиск новых форм предоставляемых услуг;
- обеспечение представителей МГТУ, рекламными проспектами и другой рекламной продукцией.

6.5 Участие в реализации Политики руководства университета в области качества.

6.6 Разработку Целей отдела маркетинговых исследований и профориентационной работы в области качества.

6.7 Предоставление данных для анализа СМК со стороны руководства (в соответствии с компетенцией подразделения).

В ходе деятельности отдел МИ и ПР также может:

- требовать от структурных подразделений университета предоставления материалов (сведений, планов, отчетов и т.п.) необходимых для осуществления работы, входящей в компетенцию отдела;
- осуществлять связь с организациями, предприятиями, образовательными учреждениями по набору на все формы обучения в университет;
- получать ресурсное обеспечение и информацию, необходимые для качественного и эффективного выполнения функциональных обязанностей;
- принимать участие в различных совещаниях по вопросам, связанным с работой отдела МИ и ПР.

## 7 Ответственность сотрудников

7.1 Руководитель отдела МИ и ПР несет полную ответственность за качество и своевременность выполнения задач и функций, возложенных на подразделение, в том числе:

- правильность документов, подготавливаемых подразделением;
- правильность применения и соблюдения требований документации СМК (пять уровней), входящих в компетенцию подразделения;
- организацию труда, соблюдение сотрудниками трудовой дисциплины, норм охраны труда, техники безопасности и противопожарной безопасности, правил внутреннего распорядка;
- выполнение приказов и указаний руководства университета;
- создание нормального психологического климата в подразделении.

7.2 Права, обязанности и ответственность сотрудников ОМИ и ПР устанавливаются должностными инструкциями СМК-О-ДИ-468-16; СМК-О-ДИ-470-16; СМК-О-ДИ-469-16 на основании данного Положения.

## 8 Взаимодействие

8.1 Подразделения университета предоставляют информацию отделу МИ и ПР по его требованиям, исходя из перечня задач и функций отдела МИ и ПР.



8.2 Отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы по требованию других подразделений подготавливает информацию в пределах своей компетенции и в рамках прав требователей.

8.3 Иное взаимодействие с другими подразделениями осуществляется на основе планов работ или иных документов МГТУ.

8.4 С внешними организациями взаимодействие осуществляется:

**СМК-ПСП-120-16 Система менеджмента качества. Положение о структурном подразделении. Положение об отделе маркетинговых исследований и профориентационной работы разработал:**

Начальник ОМИиПР

Г.Н. Бакулина







Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

Версия 2

СМК – ПСП – 120 – 16

Лист  
Всего листов

8  
8

Лист согласования  
СМК-ПСП-120-16

Отдел маркетинговых исследований и профориентационной работы

Должность	Подпись	И.О.Ф.	Дата
Проректор по учебной работе, ведущий СМК по маркетингу, проектированию и управлению образовательной деятельностью, мониторингу качества подготовки выпускников		О.Л. Назарова	16.02.16
Декан факультета дополнительного образования детей и взрослых		З.С. Акманова	
Начальник юридического отдела		Р.И. Жеков	
Начальник отдела кадров, Ведущий СМК по персоналу		Л.Л. Моисеева	16.02.2016
Начальник отдела менеджмента качества, Ведущий СМК по внутренним аудитам		А.Ю. Глухова	08.02.16.

Экспертиза проведена:

Ведущий специалист отдела менеджмента качества

С.В. Щеблева