

ПРИНЯТО

Решением Ученого совета
ФГБОУ ВО «Тамбовский
государственный университет
имени Г.Р. Державина»

« 24 » апреля 2018 г.
Протокол № 24

УТВЕРЖДЕНО

Приказом ректора
ФГБОУ ВО «Тамбовский
государственный университет имени
Г.Р. Державина»

№ _____ от _____ 2018 г.
В.Ю. Стророва



ПОЛОЖЕНИЕ

О «ЦЕНТРЕ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ»

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет

имени Г.Р. Державина»

Тамбов 2018

1. Общие положения

«Центр маркетинга образовательных услуг» (далее – Центр) является структурным подразделением федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» (далее – Университет). Центр создан приказом №288-3 от 14 февраля 2017 г.

В своей деятельности Центр руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, приказами и распоряжениями ректора ТГУ имени Г.Р. Державина, уставом Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» (далее – Устав), правилами внутреннего трудового распорядка, а также иными внутренними актами университета.

Руководство Центра осуществляется директором Центра. Директор Центра назначается на должность и освобождается с должности приказом ректора университета.

2. Основные задачи

Основными задачами Центра являются:

- проведение исследований, определяющих уровень удовлетворенности студентов образовательным процессом;
- мониторинг репутации университета в СМИ, интернет-ресурсов, социальных сервисах в аспекте его образовательной деятельности.
- анализ полученных результатов;
- проведение встреч, семинаров, мастер-классов
- организация и проведение профориентационных мероприятий.

3. Основные функции

Основными функциями Центра являются:

- взаимодействие с внешней средой университета в сфере заказчиков и потребителей образовательных услуг;

- сбор и анализ информации по вопросам качества образовательного процесса в университете во внешних источниках (СМИ, сеть Интернет);
- обеспечение контроля за качеством обучения студентов;
- информирование администрации университета о результатах проводимых исследований;
- разработка предупреждающих и корректирующих мероприятий;
- выработка рекомендаций по направлениям реализации профориентационной деятельности университета;
- координация профориентационной работы с абитуриентами;
- взаимодействие с образовательными учреждениями среднего и профессионального образования;
- методическая и консультационная поддержка профессорско-преподавательского состава;
- проведение круглых столов, методических семинаров в рамках компетенции Центра.

4. Полномочия

В рамках решения задач, возложенных на Центр маркетинга образовательных услуг, предоставляются следующие полномочия:

- самостоятельно принимать решения при выборе путей выполнения поставленной цели;
- получать от обучающихся и сотрудников университета по вопросам, входящим в компетенцию Центра и необходимым для решения поставленных целей;
- выступать в учебных коллективах университета, а также в других организациях по вопросам, относящимся к его компетенции;
- по согласованию с руководством университета привлекать сотрудников университета, а также сторонних специалистов к выполнению отдельных заданий;

- использовать в своей работе технические средства и помещения, необходимые для выполнения заданий.

5. Организация работы

В соответствии со штатным расписанием в Центре осуществляют работу:

- директор (1 шт.ед.);
- ведущие специалисты (2 шт .ед.);
- методисты (2 шт. ед.).

Центр создается и ликвидируется приказом ректора университета.