

104

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор

ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ

В.А. Бабушкин  
(Ф.И.О.)

2015 г.



Дата введения \_\_\_\_\_

**Положение  
об отделе маркетинга и логистики  
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ**

Экземпляр \_\_\_\_\_

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Мичуринский государственный аграрный университет»

	Разработал	Проверил	Разрешил
ФИО	Мойстус Ю.Н.	Вострикова Н.Ю.	Жидков С.А.
Подпись	<i>Мойстус Ю.Н.</i>	<i>Вострикова Н.Ю.</i>	<i>Жидков С.А.</i>
Дата	24.11.2015 <sub>2</sub>	27.11.2015 <sub>2</sub>	30.11.2015 <sub>2</sub>



## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
  2. Основные задачи
  3. Организация деятельности отдела
  4. Функции
  5. Информация и взаимодействие с другими подразделениями
  6. Обязанности руководителя
  7. Права
  8. Ответственность
- Лист согласований  
Лист регистрации изменений

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

СТО СМК 5.5-2015



## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Отдел маркетинга и логистики является структурным подразделением ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ и подчиняется непосредственно помощнику ректора по развитию инфраструктуры.
- 1.2. Отдел маркетинга и логистики создается с целью организации и управления торговой деятельностью в университете и ликвидируется приказом ректора университета.
- 1.3. Отдел маркетинга и логистики осуществляет свою деятельность во взаимодействии со структурными подразделениями университета и другими заинтересованными учреждениями и организациями в интересах университета.
- 1.4. Отдел маркетинга и логистики возглавляет начальник отдела маркетинга и логистики, который назначается на должность и освобождается от занимаемой должности приказом ректора, по согласованию с помощником ректора по развитию инфраструктуры.
- 1.5. Квалификационные требования, права, обязанности и ответственность сотрудников отдела маркетинга и логистики определяются должностными инструкциями, разрабатываемыми на основании действующего законодательства РФ и настоящего положения. Должностные инструкции закрепляют рациональное разделение труда, предусматривают равномерную загрузку сотрудников, обеспечивают оптимальное распределение работ в зависимости от их сложности выполнения и с учетом квалификации сотрудников.
- 1.6. Разработка должностных инструкций организуется начальником отдела маркетинга и логистики в соответствии с профессиональными стандартами квалификационного справочника должностей, примерной инструкцией по делопроизводству в высшем учебном заведении, системой менеджмента качества.
- 1.7. Отдел маркетинга и логистики в своей работе руководствуется:
  - действующим законодательством РФ;
  - Уставом ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ;
  - нормативными актами;

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



Система менеджмента качества.  
Положение об отделе маркетинга и логистики  
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ

Лист	4
Листов	15
Редакция	2

- внутренними локальными нормативно-правовыми документами университета;
- настоящим положением.

					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	



## 2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

Основными задачами отдела маркетинга и логистики являются:

- 2.1. Разработка, утверждение, осуществление политики в области маркетинга университета и контроль за ее выполнением.
- 2.2. Анализ маркетинговой работы университета.
- 2.3. Повышение эффективности работы университета в маркетинговом направлении.
- 2.4. Осуществление рациональной организации сбыта продукции университета, ее поставку потребителям в сроки и объеме в соответствии с заказами и заключенными договорами.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

СТО СМК 5.5-2015



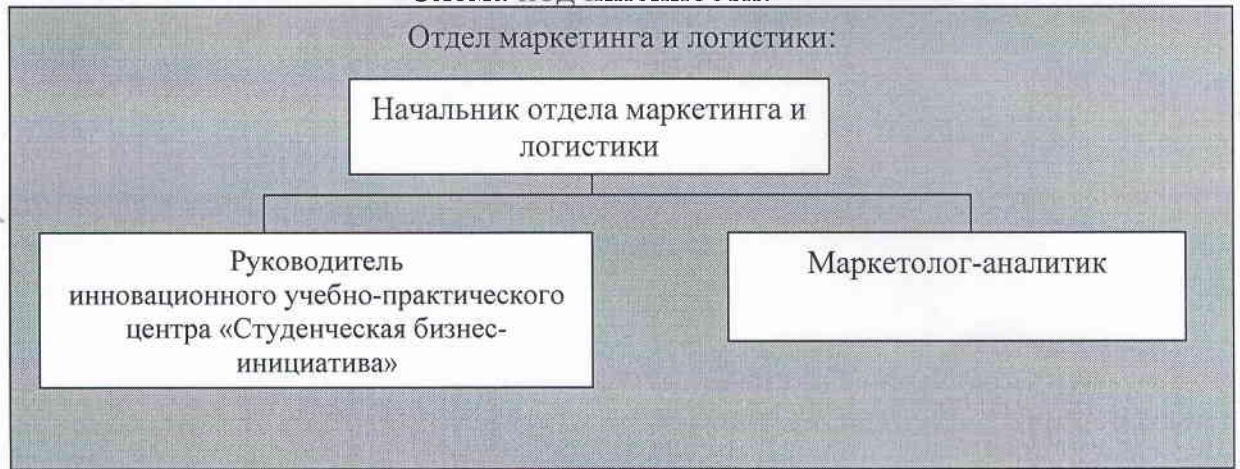


### 3. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

3.1. В подчинении отдела маркетинга и логистики находится инновационный учебно-практический центр «Студенческая бизнес-инициатива».

3.2. Распределение обязанностей между работниками инновационного учебно-практического центра «Студенческая бизнес-инициатива» и других структурных звеньев отдела маркетинга и логистики осуществляется начальником отдела маркетинга и логистики.

#### Схема подчиненности:



					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	



#### 4. ФУНКЦИИ

Отдел маркетинга и логистики в процессе реализации вышеперечисленных задач осуществляет следующие основные функции:

4.1. Разрабатывает меры по производству продукции и оказанию услуг, которые стимулируют спрос и сбыт.

4.2. Проводит анализ потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса.

4.3. Исследует основные факторы, формирующие динамику потребительского спроса на продукцию университета.

4.4. Анализирует соотношения спроса и предложения на аналогичные виды продукции.

4.5. Изучает технические и иные потребительские качества конкурирующей продукции.

4.6. Определяет новые рынки сбыта и новые сегменты целевой аудитории продукта.

4.7. Координирует деятельность всех функциональных подразделений по сбору и анализу маркетинговой информации.

4.8. Создает банк данных по маркетингу продукции университета.

4.9. Изучает мнения потребителей о выпускаемой университетом продукции и готовит предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.

4.10. Организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации, с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах с целью информирования потенциальных покупателей и расширения рынков сбыта.

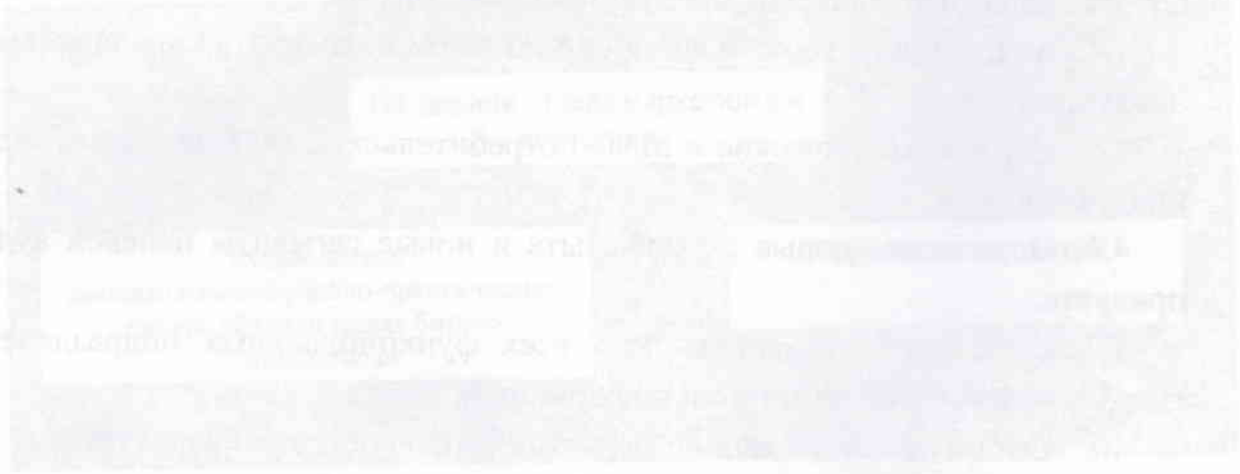
4.11. Готовит предложения по формированию фирменного стиля университета и фирменного оформления рекламной продукции.

4.12. Готовит предложения по выбору и изменению направлений развития товарного ассортимента, производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности.

4.13. Участвует совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.



4.14. Контролирует правильность хранения, транспортировку и реализацию продукции.



Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

СТО СМК 5.5-2015





## 5. ИНФОРМАЦИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ УНИВЕРСИТЕТА

Отдел маркетинга и логистики взаимодействует со всеми структурными подразделениями университета:

5.1. С институтами университета и центр-колледжем – по вопросам координации и реализации практики обучающихся.

5.2. С управлением бухгалтерского учета и финансового планирования – по вопросам согласования договоров, финансовых планов, осуществления расчетов и выплат исполнителям.

5.3. С административно - правовым управлением – по правовым вопросам, включая согласование договоров, проектов нормативно-методических и организационно-распорядительных документов.

5.4. С управлением общественных связей, печати и делопроизводства – по вопросам материально-технического обеспечения Центра, по вопросам обеспечения телефонной связью, компьютерами и оргтехникой, по вопросам технической поддержки проводимых Центром мероприятий, по вопросам ведения делопроизводства и работы с документами

5.5. С другими структурными подразделениями Университета по вопросам реализации функций отдела маркетинга и логистики.

					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	



## 6. ОБЯЗАННОСТИ НАЧАЛЬНИКА ОТДЕЛА

Для выполнения возложенных на него функций начальник отдела маркетинга и логистики:

6.1. Осуществляет разработку маркетинговой политики в университете на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры.

6.2. Руководит проведением исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию университета, соотношение спроса и предложения на аналогичные виды продукции, технических и иных потребительских качеств конкурирующей продукции.

6.3. Обеспечивает участие отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции.

6.4. Координирует деятельность по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу продукции университета (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов, емкость рынка и т.п.).

6.5. Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой университетом продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.

6.6. Осуществляет контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции университета. Организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных показателей и расширения рынков сбыта.

6.7. Участвует совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.

6.8. Разрабатывает проекты должностных регламентов работников центра, готовит предложения по распределению обязанностей между ними, дает им обязательные для исполнения задания, поручения, указания и распоряжения, контролирует их исполнение

					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	



## 7. ПРАВА

7.1. Начальник отдела маркетинга и логистики вправе:

7.1.1. Давать подчиненным ему сотрудникам поручения и задания по кругу вопросов, входящих в его функциональные обязанности.

7.1.2. Контролировать выполнение плановых заданий и работу, а так же своевременное выполнение отдельных поручений и заданий подчиненных ему работников.

7.1.3. Запрашивать и получать необходимые материалы и документы относящиеся к вопросам деятельности отдела маркетинга от структурных подразделений университета.

7.1.4. Вступать во взаимоотношения с подразделениями сторонних учреждений и организаций для решения оперативных вопросов производственной деятельности, входящей в компетенцию начальника отдела маркетинга и логистики.

7.1.5. Знакомиться с проектами приказов руководства университета, касающимися его деятельности.

7.1.6. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.

7.1.7. Вносить непосредственному руководителю предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности университета.

7.1.8. Режим работы начальника отдела маркетинга и логистики определяется в соответствии с правилами внутреннего трудового распорядка университета.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата



## 8. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

8.1. Начальник отдела маркетинга и логистики несет ответственность :

8.2. За ненадлежащее исполнение или неисполнение должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, – в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.

8.3. За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности, – в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

8.4. За причинение материального ущерба – в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.

8.5. За нарушение Устава университета.

					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	





### Лист согласований

Разработано:

Начальник отдела маркетинга и логистики

Ю.Н. Мойстус

Согласовано:

Помощник ректора  
по развитию инфраструктуры

С.А. Жидков

Заведующий отделом качества обучения

Пачина Н.Н.

Начальник отдела кадров

Савоськина Н.В.

Начальник административно-правового  
управления

Вострикова Н.Ю.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата





Система менеджмента качества.  
Положение об отделе маркетинга и логистики  
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ

Лист 14  
Листов 15  
Редакция 2

### Лист регистрации изменений

№ изм.	Номера листов				Номер извещения об измен.	Подпись	Дата	Срок введения изменения
	изменен ных	заменен ных	новых	аннулиро ванных				

					СТО СМК 5.5-2015
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

