

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стрельникова Светлана Евгеньевна
Должность: ректор
Дата подписания: 01.10.2026 15:42:55
Уникальный программный ключ:
ed7e7ef871ef28d870011250a92f17921078cc18

Приложение № 3
к приказу АНОО ВО «Контур Университет»
от 25.11.2025 № 13

ПОЛОЖЕНИЕ

О центре развития

Екатеринбург
2025

Содержание

1. Назначение и область применения.....	3
2. Определения, сокращения и термины	3
3. Общие положения	3
4. Структура центра развития	5
5. Функции центра развития	6
6. Права центра развития.....	7
7. Ответственность работников центра развития	7
8. Критерии оценки деятельности центра развития	8
Приложение 1	10
Приложение 2	13

1. Назначение и область применения

1.1. Настоящее Положение определяет нормативные основания, порядок организации деятельности и компетенцию центра развития в Автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования «Контур Университет» (далее – Университет, вуз).

1.2. Требования настоящего Положения являются обязательными для исполнения работниками Университета.

2. Определения, сокращения и термины

2.1. В настоящем Положении используются следующие определения:

Маркетинг – совокупность принципов, методов и средств управления, применяемых с целью продвижения Университета, определения направлений разработки его товаров (работ, услуг), создания рекламы и ценообразования на основе комплексного учета процессов, происходящих на рынке.

Маркетинг проекта – первичное ознакомление с проектом с целью представления участникам проекта информации о возможности использования проекта, одобрения, поддержки, содействия, обеспечения ресурсами и уменьшения рисков.

Маркетинговая стратегия – план действий, выработанный на определенный срок, направленный на достижение поставленных целей, привлечение клиентов и получение устойчивого конкурентного преимущества.

Маркетинговое исследование – это исследование, направленное на получение информации о рынке, а также на изучение поведения и представлений потребителей и заинтересованных лиц на таком рынке.

Маркетинговые услуги – услуги, связанные с исследованием, анализом, планированием и прогнозированием в сфере разработки и продвижения товаров (работ, услуг) Университета в целях определения мер по созданию необходимых условий разработки и продвижения товаров (работ, услуг) Университета.

Профессорско-преподавательский состав (далее – ППС) – профессорско-преподавательский состав: профессор, доцент, старший преподаватель, преподаватель, ассистент.

3. Общие положения

3.1. Центр развития является структурным подразделением Университета.

3.2. Основные задачи центра развития:

- разработка и реализация комплекса маркетинговых мероприятий

Университета, направленных на продвижение товаров (работ, услуг) Университета;

- расширение базы внешних клиентов с целью выполнения плановых показателей по продажам;
- разработка рекламной политики, планирование и осуществление рекламно-информационной деятельности Университета, в том числе в сети Интернет;
- проведение маркетинговых исследований;
- оценка эффективности маркетинговых мероприятий;
- оказание маркетинговых услуг для собственных целей Университета;
- ведение маркетинга проектов;
- мониторинг конкурентной среды и позиций Университета на рынке;
- выявление наиболее экономически эффективных образовательных программ высшего образования, дополнительного профессионального образования, пользующихся спросом на внешнем рынке, а также выявление требований к этим программам;
- организация и проведение мероприятий, направленных на продвижение товаров (работ, услуг) Университета;
- разработка, совместно с другими подразделениями Университета, предложений по совершенствованию товаров (работ, услуг) Университета, упрочению позиций Университета на рынке образовательных услуг;
- участие в выставках, конференциях и других мероприятиях, обусловленное маркетинговой стратегией;
- координация других структурных подразделений Университета по вопросам маркетинга.

3.3. Организационная структура центра развития соответствует штатному расписанию Университета, утвержденному ректором.

3.4. Обязанности между работниками центра развития распределены согласно должностным инструкциям.

3.5. Центр развития реализует функции продвижения и развития вуза, изложенные в настоящем Положении.

3.6. Деятельность центра развития осуществляется на основе текущего планирования, сочетания коллегиальности в решении вопросов служебной деятельности и персональной ответственности работников за выполнение возложенных на них должностных обязанностей и отдельных поручений руководителя.

3.7. Планирование работы центра развития осуществляется на основе и с учетом основных направлений деятельности Университета и программы его развития.

3.8. Центр развития в своей работе руководствуется:

- Конституцией Российской Федерации;
- Федеральными законами Российской Федерации;
- Нормативными актами Правительства Российской Федерации;
- Уставом Университета;
- Правилами внутреннего трудового распорядка;
- Приказами ректора;
- Настоящим положением и иными локальными нормативными актами вуза.

3.9. Делопроизводство и документооборот в центре развития организуется в соответствии с требованиями нормативных документов и локальными нормативными актами Университета.

3.10. Локальные нормативные акты Университета по направлениям деятельности центра развития размещены на сайте Университета, а также имеются на бумажных носителях у работников центра развития в соответствии со спецификой их деятельности.

3.11. Нормативные документы федерального уровня находятся в центре развития в электронной форме в информационно-правовой системе «Консультант Плюс».

3.12. Центр развития возглавляет руководитель, который назначается на должность и освобождается от должности приказом ректора.

В период временного отсутствия руководителя центра развития его обязанности выполняет лицо, назначенное приказом ректора по представлению руководителя центра развития.

3.13. На должность руководителя центра развития назначается лицо, имеющее высшее (высшее профессиональное) образование, стаж работы по специальности, соответствующей профилю деятельности структурного подразделения, не менее 5 лет.

3.14. Руководитель центра развития подчиняется ректору.

4. Структура центра развития

4.1. Структура и штатная численность центра развития определяется ректором в соответствии с задачами и функциями, возложенными на подразделение, и отражаются в штатном расписании.

4.2. Обязанности, права и ответственность работников центра развития

определяются должностными инструкциями, настоящим Положением и иными локальными нормативными актами Университета в части их касающихся.

5. Функции центра развития

5.1. Разработка маркетинговой стратегии Университета на основе анализа товаров (работ, услуг) Университета и прогнозирования потребительского спроса и рынка.

5.2. Следование разработанной маркетинговой стратегии Университета, внесение корректировок в маркетинговую стратегию, обусловленных изменениями потребительского спроса и рынка.

5.3. Проведение маркетинговых исследований по запросу ректора, руководителей структурных подразделений Университета, нацеленных на определение конкурентоспособности товаров (работ, услуг) Университета, положения Университета на рынке образовательных услуг.

5.4. Планирование, осуществление, контроль рекламно-информационной деятельности Университета, разработка рекламной политики, в том числе в сети Интернет.

5.5. Поиск контрагентов и взаимодействие с ними для выполнения целей, задач и функций центра развития.

5.6. Организация форм оценок обучающимися, контрагентами, иными респондентами позиций Университета, его товаров (работ, услуг) на рынке. Изучение потенциала Университета для развития его конкурентоспособности.

5.7. Инициация сотрудничества с контрагентами, согласованными ректором Университета, организация переговоров по заключению договоров о сотрудничестве.

5.8. Организация, проведение выставок, конференций и иных мероприятий различных форматов, направленных на продвижение Университета, его товаров (работ, услуг).

5.9. Участие в выставках, конференциях и иных мероприятиях различных форматов, направленных на продвижение Университета, его товаров (работ, услуг).

5.10. Взаимодействие с ППС, работниками Университета по вопросам их участия в выставках, конференциях и иных мероприятиях различных форматов, от имени Университета, включая обсуждение тематики, формата, целей выступления.

5.11. Координация структурных подразделений Университета по вопросам маркетинга, включая вопросы следования маркетинговой

стратегии при реализации структурными подразделениями Университета собственных целей, задач, функций.

5.12. Подготовка предложений по формированию фирменного стиля Университета и фирменного оформления рекламной продукции.

5.13. Методическое руководство деятельностью других структурных подразделений по вопросам деятельности отдела.

5.14. Осуществление в рамках своей компетенции ведения делопроизводства, формирование и отправление/получение корреспонденции и другой информации по электронным каналам связи.

5.15. Организация ведения нормативно-справочной информации, относящейся к функциям отдела.

5.16. Организация работы с обучающимися и выпускниками с целью поддержания контактов и содействия в поддержке связи обучающихся и выпускников с организациями-партнерами Университета.

6. Права центра развития

Центр развития для решения возложенных на него задач имеет право:

6.1. Запрашивать и получать от структурных подразделений Университета данные, необходимые для выполнения работы по закрепленным направлениям деятельности;

6.2. Давать разъяснения и рекомендации по вопросам, входящим в компетенцию центра развития;

6.3. Проводить совещания и участвовать в совещаниях, проводимых в Университете по вопросам направлений деятельности, закрепленных за центром развития;

6.4. Вносить предложения руководству Университета по совершенствованию процессов по направлениям деятельности, закрепленным за центром развития;

6.5. Проводить в пределах своей компетенции в установленном порядке переговоры со сторонними организациями.

6.6. По согласованию с ректором Университета контактировать со средствами массовой информации в целях создания и поддержания положительного имиджа Университета;

7. Ответственность работников центра развития

7.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на центр развития задач и функций несет руководитель.

7.2. Ответственность работников центра развития определена

должностными инструкциями и действующим законодательством.

7.3. Руководитель и другие работники центра развития несут персональную ответственность за достоверность и правильность оформляемых ими документов, их соответствие законодательству РФ и локальным нормативным актам Университета, сроки их подготовки и представления;

7.4. Ответственность может наступить при установлении фактов:

- разглашение персональных данных работников и обучающихся;
- невыполнения или ненадлежащего выполнения указаний и поручений руководства Университета;
- низкой исполнительской дисциплины;
- невыполнение или ненадлежащее выполнение требований трудового законодательства и других нормативных актов, действующих в Университете.

7.5. Основные взаимосвязи центра развития приведены в Приложении 1.

7.6. Номенклатура дел центра развития приведена в Приложении 2.

8. Критерии оценки деятельности центра развития

8.1. Своевременная подготовка отчетных данных по реализации маркетинговой стратегии Университета, корректировка, своевременная актуализация таких данных при необходимости.

8.2. Наличие рекламно-информационных материалов об Университете и его деятельности (включая сайт, социальные сети, буклеты, информационные поводы в средствах массовой информации и др.), положительно влияющих на деловую репутацию Университета и формируемых центром или третьими лицами, в том числе подрядчиками.

8.3. Публикация актуальных и достоверных данных в рекламно-информационной деятельности Университета, в том числе в сети Интернет.

8.4. Систематическое (не реже 4 раз в месяц) обновление новостной информации на сайте, в официальных социальных сетях Университета.

8.5. Регулярный еженедельный контроль актуальности, полноты информации об Университете и его деятельности, размещенной в официальных источниках Университета, в том числе в сети Интернет.

8.6. Отслеживание, выявление ложной информации, информации, подрывающей деловую репутацию Университета, в средствах массовой информации и в сети Интернет и своевременное реагирование с целью недопущения размещения такой информации, препятствия ее распространению.

8.7. Систематическая организация и проведение в течение календарного года маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение товаров (работ, услуг) Университета.

8.8. Подтвержденное участие представителей Университета во внешних мероприятиях, рекомендованных центром.

8.9. Установление контактов и сотрудничества с корпоративными клиентами.

8.10. Упоминание Университета, бренда Университета в положительном ключе во внешних источниках, в том числе третьими лицами, офлайн и в сети Интернет в течение календарного года.

8.11. Выполнение решений Ученого совета Университета по закрепленным направлениям деятельности центра.

Основные взаимосвязи

№ п/п	Предмет	Объект взаимодействия	Сроки	Результат
1	2	3	4	5
1.	Получение и отправление корреспонденции	Ректорат, управление делами	постоянно	Регистрация и распределение среди работников центра развития
2.	Подготовка проектов приказов (распоряжений) ректора	Руководители структурных подразделений Университета	постоянно	Согласование проектов
3.	Предоставление проекта приказа, распоряжения и других документов на утверждение	Ректор	постоянно	Утверждение/неутверждение представленного проекта
4.	Рассылка приказа и распоряжения для исполнения (в зависимости от вида)	Руководители структурных подразделений и работники Университета	постоянно	Регистрация приказов и распоряжений, ознакомление с ними причастных и рассылка для исполнения
5.	Получение запроса и выдача сведений	Руководители структурных подразделений и работники Университета	периодически	Выдача сведений
6.	Годовой отчет	Ректор	до 20 декабря ежегодно	Отчет
7.	Разработка локальных нормативных актов центра развития	Ректор	по мере необходимости	Нормативные акты
8.	Подготовка соглашений о сотрудничестве, взаимодействии, поддержке с организациями-партнерами	Ректор	по мере необходимости	Нормативные акты
9.	Ведение социальных сетей и аккаунтов Университета	Руководители структурных подразделений и работники Университета	постоянно	Сбор, оформление, размещение информации
10.	Собственные мероприятия для продвижения Университета	Ректор, руководители структурных подразделений и работники Университета	по мере необходимости	Организация и проведение мероприятий, включая поиск исполнителей, определение формата, взаимодействие с приглашенными лицами

1	2	3	4	5
11.	Внешние мероприятия для продвижения Университета	Ректор, руководители структурных подразделений и работники Университета	по мере необходимости	Участие в мероприятиях, включая предварительный поиск таких мероприятий, их освещение для участия иным структурным подразделениям, определение формата участия, синхронизация участия в мероприятиях работников Университета
12.	Взаимодействие со средствами массовой информации	Ректор, руководители структурных подразделений и работники Университета	по мере необходимости	Сбор, оформление, размещение информации
13.	Маркетинговая стратегия	Ректор	до 01 ноября ежегодно	Разработка, доработка, презентация маркетинговой стратегии на новый учебный год
14.	Взаимодействие с обучающимися и выпускниками для поддержания контактов	Ректор, руководители структурных подразделений Университета	постоянно	Реализация мероприятий различного формата, направленных на установление контакта с обучающимися и выпускниками с целью сбора отзывов и использование информации для продвижения Университета
15.	Создание рекламной продукции	Ректор, руководители структурных подразделений Университета	по мере необходимости	выбор рекламной продукции, соответствующей фирменному стилю Университета, ее заказ и распространение
16.	Маркетинговые исследования с целью определения конкурентоспособности товаров (работ, услуг) Университета, положения Университета на рынке образовательных услуг	Ректор, руководители структурных подразделений Университета	по мере необходимости	Проведение маркетингового исследования с презентацией полученных результатов

1	2	3	4	5
17.	Контроль рекламно-информационной деятельности Университета,	Ректор, руководители структурных подразделений и работники Университета	постоянно	Отслеживание информации, в том числе в сети Интернет, влияющей на позиционирование Университета на рынке, принятие мер для удаления информации, не соответствующей действительности, ложной, подрывающей деловую репутацию согласно законодательству РФ
18.	Поиск контрагентов и взаимодействие с ними для выполнения целей, задач и функций центра развития	Ректор	по мере необходимости	Определение круга контрагентов для взаимодействия, инициация заключения договоров и контроль исполнения обязательств, вытекающих из договора, в части деятельности центра развития
19.	Организация форм оценок обучающимися, контрагентами, иными респондентами позиций Университета, его товаров (работ, услуг) на рынке.	Ректор	один раз в год	Презентация обобщённого результата полученной оценки и выработка мер по устранению недостатков (при наличии) и по укреплению позиций Университета, его товаров (работ, услуг) на рынке

Проект номенклатуры дел центра развития

Индекс дела	Заголовок дела	Срок хранения
03-01	Положение о центре развития	до замены новым
03-02	Должностные инструкции работников центра развития (копии)	до замены новым
03-03	Утвержденная номенклатура дел центра развития, описи на дела, сданные в архив Университета, акты по уничтожению дел и другие документы по делопроизводству	постоянно
03-04	Локальные нормативные акты по направлениям деятельности центра развития	по актуальности
03-05	Приказы ректора по направлениям деятельности центра развития	до замены новым
03-06	Отчет годовой о работе центра развития	5 лет
03-07	Входящая корреспонденция центр развития	3 года
03-08	Исходящая корреспонденция центра развития	3 года