

**Частное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
"Московский банковский институт"**



"УТВЕРЖДАЮ"
Ректор ЧОУ ВПО МБИ

Н.Р. Геронина
20__ г.

**ПОЛОЖЕНИЕ
О ЦЕНТРЕ МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ**

1. Общие положения

1.1. Центр маркетинга и развития (далее – Центр) является самостоятельным структурным подразделением Московского банковского института

1.2. Центр создается и ликвидируется приказом ректора Московского банковского института

1.3. Центр осуществляет свою деятельность в соответствии с Уставом МБИ и настоящим Положением и строит свои взаимоотношения с другими учреждениями и организациями на основе договоров, заключаемых с Институтом.

1.4. Центр возглавляет руководитель, назначенный на должность ректором Института.

1.5. Центр взаимодействует с кафедрами и другими структурными подразделениями Института, предприятиями, организациями и учреждениями г. Москвы и Московской области.

1.6. Центр призван содействовать набору студентов, магистрантов и аспирантов в Московский банковский институт, обеспечивать контроль за своевременной оплатой обучающимися образовательных услуг, введением дополнительных образовательных услуг, проводить маркетинг данных услуг.

2. Структура

2.1. Структуру и штат Центра маркетинга и развития утверждает ректор Института с учетом объема работы и ее особенностей.

2.2. Структура Центра определяется целями его работы.

3. Функции и задачи

В задачи Центра входит:

Способствовать повышению имиджа Института среди абитуриентов и в рамках высшей школы в целом, содействовать развитию Института по стратегическим направлениям в соответствии с новыми задачами системы образования и изменяющейся ситуацией в финансово-кредитном секторе.

Центр должен отслеживать современные тенденции как в системе образования, так и в профессиональной сфере по образовательному профилю, анализировать и обобщать эти тенденции и вырабатывать предложения и рекомендации в соответствии с потребностями рынка труда.

В связи с возрастанием роли финансовых услуг населению, которые выходят на первый план по сравнению с обслуживанием корпоративных клиентов, повышается значение подготовки высококвалифицированных специалистов по банковской рознице. При этом возрастают значимость и ответственность перед банковским сектором и финансовой системой в целом Московского банковского института, который специализируется как раз на розничных операциях банков.

Необходимо определить цели и задачи Института в этих условиях, сформулировать этапы развития и наметить пути внедрения инновационных основ образовательного процесса.

Новая стратегия Института должна опираться, прежде всего, на внутренние ресурсы, использовать имеющиеся в Институте резервы. Но эта стратегия не будет эффективной и успешной в полной мере без позиционирования Московского банковского института в определенном ракурсе во внешнем мире.

Для укрепления имиджа Института как высшего учебного заведения, активно использующего современные образовательные технологии и ориентирующегося на потребности работодателей, требуется развивать связи с государственными, региональными и муниципальными органами власти Российской Федерации.

С подобных же позиций следует подходить к налаживанию постоянных связей с негосударственными организациями и средствами массовой информации, установлению контактов с зарубежными университетами и научными центрами.

Важную роль играют связи с общественностью и реклама, нацеленные на повышение авторитета Московского банковского института в сфере образования и на рынке труда.

В условиях привлечения абитуриентов в Институт и укрепления имиджа Института как ведущего центра по подготовке кадров для кредитно-финансовой системы немаловажное значение имеют проведение Дней открытых дверей в Институте и участие Института в образовательных выставках.

В русле продвижения Московского банковского института как современного центра образования, использующего самые последние достижения в области образования, следует акцентировать внимание на многоступенчатой непрерывной системе обучения в МБИ.

В Институте обеспечивается обучение по направлениям среднего профессионального образования, бакалавриата, магистратуры и аспирантуры по очной и заочной формам обучения, что дает возможность студентам, магистрантам и аспирантам осваивать программы обучения одну за другой и при необходимости совмещать учебу с работой.

4. Права

Центр маркетинга и развития имеет право:

- 4.1.** Осуществлять связь с другими организациями по вопросам, входящим в компетенцию Центра.
- 4.2.** Запрашивать и получать необходимые сведения и документы в структурных подразделениях Института для решения задач, входящих в компетенцию Центра.

5. Ответственность

- 5.1.** Сотрудники Центра маркетинга и развития руководствуются в своей деятельности действующими должностными инструкциями, настоящим Положением, Уставом МБИ.
- 5.2.** Центр маркетинга и развития несет ответственность за своевременность и качество решения поставленных задач.
- 5.3.** Сотрудники Центра несут индивидуальную ответственность за выполнение Правил внутреннего распорядка МБИ, качество и своевременность выполненных работ.
- 5.4.** Сотрудники Центра маркетинга и развития несут персональную материальную ответственность за вверенные им ценности и использование финансовых средств.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель центра
маркетинга и развития _____ Н.А. Геронин