

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Сумський державний університет**

Введено в дію наказом в.о. ректора  
від 13 листопада 2020 р. №0910-І

**ПОЛОЖЕННЯ**  
**про Маркетинговий центр СумДУ**

Версія 01

**1. Загальні положення**

- 1.1 Маркетинговий центр СумДУ (далі – МкЦ або Центр) є структурним підрозділом Сумського державного університету на базі кафедри маркетингу.  
Повна назва Центру українською мовою – Маркетинговий центр СумДУ.  
Повна назва Центру англійською мовою – Marketing Center of Sumy State University.  
Скорочена назва та / або аббревіатура Маркетингового центру СумДУ – МкЦ СумДУ або МкС SumDU (англійською мовою).
- 1.2 Центр не є юридичною особою.
- 1.3 Центр може мати печатку, штампи, логотип, бланки з власним найменуванням.
- 1.4 Положення укладено з метою встановлення порядку створення та реорганізації Центру, визначення мети його діяльності, завдань, функцій, порядку організації його роботи, визначення його структури, порядку взаємодії з іншими підрозділами університету, відповідних прав та відповідальності тощо.
- 1.5 Положення розміщується в електронному Реєстрі основної діючої нормативної бази системи управління якістю діяльності Сумського державного університету, який є складовою розділу загальної інформації офіційного сайту університету.
- 1.6 У своїй діяльності центр керується чинним законодавством України, нормативною базою загальнодержавного та внутрішньоуніверситетського рівнів, даним Положенням, наказами та розпорядженнями відповідних посадових осіб.
- 1.7 Центр у своїй діяльності співпрацює зі студентським самоврядуванням та іншими громадськими організаціями.

МОН України	Положення про Маркетинговий центр СумДУ	Стор. 2
СумДУ		Версія 01

## **2. Основні завдання та функції Центру**

Основними завданнями та функціями Центру є:

- здійснення аналізу та надання консультаційних послуг з питань:
  - маркетингової політики університету та його структурних підрозділів, спрямованої на досягнення освітніх, наукових, соціальних, культурних цілей;
  - іміджевої, маркетинг-орієнтованої профорієнтаційної та рекламно-інформаційної діяльності університету та його структурних підрозділів;
  - розроблення та реалізації маркетингової стратегії, брендової продукції, рекламних текстів, плакатів, проспектів, каталогів, буклетів, забезпечення наочності і доступності реклами;
- розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності впровадження маркетингових заходів за визначеними якісними критеріями та кількісними показниками;
- розроблення цільових маркетингових програм і планів по їх реалізації за напрямками діяльності та для окремих структурних підрозділів;
- проведення маркетингових досліджень, надання консультативних, діагностичних, інформаційно-аналітичних послуг, навчання, організація семінарів, тренінгів тощо на замовлення сторонніх юридичних та фізичних осіб;
- виконання науково-дослідних робіт, наукових грантів, проектів на замовлення сторонніх юридичних та фізичних осіб;
- залучення талановитої молоді з числа студентів університету до виконання завдань Центру з метою їх практико-орієнтованої підготовки.

## **3. Загальні принципи діяльності, управління та кадрове забезпечення Центру**

3.1. Керівництво діяльністю Центру здійснюється завідувачем кафедри маркетингу, який у цій якості безпосередньо підпорядковується ректору та функціонально проректорам за розподілом повноважень.

3.2. Керівник МкЦ відповідає за організацію і діяльність Центру, забезпечує координацію його діяльності з іншими організаціями, підприємствами і установами, визначає методичне і матеріально-технічне забезпечення його роботи, забезпечує раціональне та цільове використання коштів. Керівнику Центру надається право отримувати від структурних підрозділів університету інформацію, необхідну для вирішення завдань і виконання функцій Центру, визначених цим Положенням.

3.3. Чисельність працівників Центру, їх посадові оклади встановлюються відповідно до штатного розпису, затвердженого ректором.

3.4. Посадові інструкції працівників Центру укладаються його керівником, погоджуються та затверджуються у встановленому порядку.

3.5. Виконання завдань, передбачених даним Положенням, забезпечується співробітниками Центру, а також, у разі потреби – іншими особами (співробітниками інших структурних підрозділів СумДУ, студентами, аспірантами, фахівцями сторонніх організацій або приватними особами) на умовах сумісництва, погодинної оплати або шляхом укладання цивільно-правових договорів.

МОН України	Положення про Маркетинговий центр СумДУ	Стор. 3
СумДУ		Версія 01

3.6. При виконанні завдань Центр співпрацює з іншими структурними підрозділами університету, передусім з Медіа-центром та Департаментом бізнес-процесів.

3.7. Річні та поточні плани діяльності Центру затверджуються ректором за мотивованими пропозиціями (із зазначенням пріоритетності та джерел фінансування) проректорів, як правило, сформованих на основі службових записок керівників структурних підрозділів. Зовнішні замовлення виконуються додатково або за умови корегування поточного плану діяльності Центру з відповідним затвердженням.

#### **4. Матеріально-технічне забезпечення**

4.1. Центр розміщується та функціонує на матеріально-технічній базі кафедри маркетингу.

4.2. Центр має право у встановленому порядку використовувати матеріально-технічну базу та обладнання інших структурних підрозділів університету.

#### **5. Фінансово-господарська діяльність центру**

5.1. Фінансування діяльності Центру здійснюється за рахунок коштів загального та/або спеціального фонду, в тому числі:

- загальноуніверситетських коштів (за рішенням ректора при виконанні замовлень загальноуніверситетського значення);
- коштів, які обліковуються на субрахунках інших підрозділів СумДУ (при виконанні відповідних замовлень);
- коштів, отриманих від юридичних та фізичних осіб за надання платних послуг;
- коштів за виконання наукових та грантових проектів;
- благодійної допомоги від організацій, підприємств, громадян;
- інших джерел, не заборонених чинним законодавством.

5.2. Надання послуг здійснюється на підставі договорів із замовниками, які укладаються та узгоджуються у встановленому порядку.

5.3. Виконання науково-дослідних робіт, наукових грантів та надання наукових послуг обліковується у встановленому для цих видів діяльності порядку.

5.4. Облік коштів від наданих Центром платних послуг (крім зазначених у п. 5.3) здійснюється у встановленому порядку на відповідних рахунках спеціального фонду університету, у тому числі на відповідному субрахунку Центру.

5.5. Вартість платних послуг затверджується наказом ректора у відповідності до кошторису, який за пропозиціями керівника Центру, погодженими відповідними посадовими особами розраховується за необхідності відділом внутрішнього управлінського обліку департаменту бізнес-процесів.

5.6. У відповідності до затвердженого кошторису після сплати податків, обсяги яких розраховуються від загальної суми надходжень (якщо це передбачено законодавством), кошти, які надійшли від надання платних послуг (крім зазначених у п. 5.3), розподіляються наступним чином:

МОН України	Положення про Маркетинговий центр СумДУ	Стор. 4
СумДУ		Версія 01

- а) 5 % коштів спрямовується на відшкодування загальноуніверситетських витрат щодо забезпечення діяльності Центру;
- б) частина коштів спрямовується на оплату праці загальноуніверситетських підрозділів (згідно із затвердженою методикою, в частині забезпечення надання платних послуг);
- в) частина коштів спрямовується на оплату комунальних послуг (визначається з урахуванням показника питомої ваги комунальних послуг у загальному обсязі фінансування університету в попередньому календарному році);
- г) частина коштів спрямовується на оплату праці безпосередніх виконавців робіт;
- д) залишок коштів спрямовуються на інші витрати за кошторисом та зараховуються на субрахунок Центру та розподіляються наступним чином:
  - 90 % на додаткове матеріальне стимулювання виконавців робіт, а також співробітників, у тому числі інших структурних підрозділів університету, які безпосередньо сприяють наданню послуг;
  - 10 % на інші витрати, що забезпечують діяльність Центру.

5.7. При виконанні замовлень інших структурних підрозділів з оплатою за рахунок коштів, які обліковуються на субрахунках структурних підрозділів СумДУ в обсяг коштів, що підлягають утриманню з субрахунку підрозділу-замовника послуг не включаються податки, обсяги яких розраховуються від загальної суми надходжень (ПДВ) та 5% коштів-відшкодування загальноуніверситетських витрат щодо забезпечення діяльності Центру.

5.8. За обґрунтованим поданням керівника Центру, узгодженим з проректором з фінансово-економічної діяльності, розподіл коштів, наведений у пунктах 5.6-5.7, у вмотивованих випадках може змінюватись за наказом ректора.

5.9. Оплата послуг Центру може здійснюватися у безготівковій формі на рахунок СумДУ.

5.10. Бухгалтерський облік та фінансові операції забезпечуються відповідними підрозділами СумДУ. Керівник Центру контролює рух надходження коштів та їх розподіл, забезпечує складання встановленої фінансової звітності.

## 6. Прикінцеві положення

6.1. Центр створюється, реорганізується або ліквідується рішенням Вченої ради університету, яке приймається за поданням ректора університету, що визначається внесенням ним цього питання або безпосередньо відповідного Положення до порядку денного Вченої ради.

У такому ж порядку можуть вноситись зміни та доповнення до Положення, затверджуватися його нова версія, або скасування Положення. Зміни та доповнення до Положення, у тому числі шляхом укладення нової його редакції, також можуть затверджуватися наказом ректора без розгляду вченої ради та/або дорадчими органами.

МОН України	Положення про Маркетинговий центр СумДУ	Стор. 5
СумДУ		Версія 01

6.2. Положення, зміни та доповнення до нього набувають чинності з наступного дня після введення їх в дію наказом ректора, якщо інше не передбачається тим же наказом.

Схвалено вченою радою СумДУ  
 Протокол №5 від 12 листопада 2020 р.

Голова вченої ради \_\_\_\_\_ Анатолій ВАСИЛЬЄВ

Вчений секретар \_\_\_\_\_ Анатолій РУБАН

Відповідальний за укладання  
 Положення: завідувач кафедри  
 маркетингу \_\_\_\_\_ Олексій ЛЮЛЬОВ

**ПОГОДЖЕНО:**

Проректор з НПР \_\_\_\_\_ Володимир ЛЮБЧАК

Директор ННІ ФЕМ \_\_\_\_\_ Тетяна ВАСИЛЬЄВА

Директор департаменту бізнес-  
 процесів \_\_\_\_\_ Сергій ЛЄОНОВ

Начальник НДЧ \_\_\_\_\_ Денис КУРБАТОВ

В.о. начальника юридичного  
 відділу \_\_\_\_\_ Наталія ЗАЇКА