

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Введено в дію наказом ректора
від 22 листопада 2019 р. №0850-І

ПОЛОЖЕННЯ
науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ

Версія 03

(Базова версія затверджена протоколом
Вченої ради СумДУ № 11 від 10.06.10 р)

1. Загальні положення

1.1 Науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ (далі - ННЦМД або Центр) є структурним підрозділом кафедри маркетингу Сумського державного університету.

Повна назва Центру українською мовою - Науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ.

Повна назва Центру англійською мовою - Scientific Educational Center of Marketing Researches of Sumy State University.

Скорочена назва та / або аббревіатура Науково-навчального центру маркетингових досліджень СумДУ - ННЦМД СумДУ або SECMR SSU (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 Головною метою Центру є навчання студентів, інтернів, магістрів, клінічних ординаторів та підвищення кваліфікації медичних працівників щодо сучасних методів радіологічної діагностики за стандартами вищої освіти, проведення науково-дослідної

МОН України	Положення про науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ	Стор. 2
СумДУ		Версія 01

роботи, розробка, апробація та впровадження нових медичних технологій діагностики з використанням комп'ютерної томографії.

1.8 Центр у своїй діяльності співпрацює зі студентським самоврядуванням та іншими громадськими організаціями.

2. Основні завдання та функції Центру

2.1 Основними завданнями є:

- надання студентам можливості набуття навичок практичної діяльності за фахом (шляхом їх залучення до проведення маркетингових досліджень) та сприяння у пошуку місць для проходження ними виробничої та переддипломної практик.
- підбір, підготовка і перепідготовка кадрів відповідно до побажань замовників, у тому числі, відповідно до специфіки конкретних робочих місць підприємств і установ.
- проведення довгострокових і короткострокових курсів, включаючи проведення тренінгів для зовнішніх замовників.
- виконання робіт за науковими програмами, планами, темами, господарськими договорами.
- впровадження у практику діяльності підприємств і установ, а також у навчальних процес ВНЗ новітніх результатів досліджень, зокрема, написання і підготовку до видання підручників, навчальних посібників, монографій, науково-практичних журналів, методичної документації, аналітичних оглядів тощо.
- виконання усіх видів маркетингової діяльності: науково-дослідної, прикладної, навчальної, консалтингової тощо.
- організація і проведення конференцій, семінарів, симпозіумів, «круглих столів», літніх шкіл тощо.
- надання фізичним особам наукових консультацій та освітніх послуг (короткотермінові курси, підвищення кваліфікації).
- розроблення інноваційних напрямків маркетингової діяльності та впровадження у практику підприємств і установ.

2.2 Відповідно до основних завдань функціями Центру є:

- розробка навчально-методичного забезпечення та інноваційних методик навчання;
- реалізація методичних розробок, створених викладачами інших ВНЗ у відповідності з існуючою нормативною базою;
- наукові консультації для осіб, що підвищують кваліфікацію самостійно;
- надання консультативних послуг в сфері маркетингу фізичним та юридичним особам.

3. Управління та кадрове забезпечення ННЦМД

3.1. Керівництво діяльністю Центру здійснюється його керівником, який призначається наказом ректора СумДУ за поданням завідувача кафедри маркетингу.

3.2. Керівник ННЦМД здійснює загальне керівництво роботами, відповідає за організацію і діяльність ННЦМД, визначає методичне і матеріально-технічне забезпечення його роботи, здійснює контроль за організацією і наданням послуг, забезпечує раціональне та цільове використання коштів.

МОН України	Положення про науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ	Стор. 3
СумДУ		Версія 01

3.3. Керівник Центру підпорядкований завідувачу кафедри маркетингу, а у разі суміщення цих посад – директору ННІ ФЕМ імені Олега Балацького, та проректору за відповідним напрямом діяльності.

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

3.5. Функціонування Центру забезпечується його штатними співробітниками, а у разі потреби іншими особами на умовах сумісництва або на підставі укладання договорів цивільно-правового характеру.

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

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

3.8. До виконання завдань, передбачених даним Положенням можуть залучатися сторонні організації, підприємства, установи тощо на договірних засадах.

4. Матеріально-технічне забезпечення

4.1. Центр розміщується та функціонує на матеріально-технічній базі університету.

4.2. Для виконання завдань Центру використовується матеріально-технічна база СумДУ, закріплена за Центром.

4.3. Центр має право у встановленому порядку використовувати матеріально-технічну базу та обладнання Університетської клініки та 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:

- отриманих від юридичних та фізичних осіб за надання платних послуг;
- коштів, які обліковуються на субрахунках інших підрозділів СумДУ (при виконанні відповідних замовлень);
- коштів за виконання науково-дослідних робіт 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 науково-діагностичних 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.

МОН України	Положення про науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ	Стор. 4
СумДУ		Версія 01

5.5. Вартість платних послуг затверджується наказом ректора у відповідності до кошторису, який за пропозиціями керівника Центру, погодженими з директором ННІ ФЕМ імені Олега Балацького розраховується щорічно (в січні-лютому, а також за необхідності) сектором кошторисів додаткових платних послуг департаменту бізнес-процесів, узгоджується з відповідними посадовими особами та затверджується ректором.

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:

- а) 10 % коштів спрямовується на відшкодування загально-університетських 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:
 - 80 % на додаткове матеріальне стимулювання виконавців робіт, а також співробітників, у тому числі інших структурних підрозділів університету, які безпосередньо сприяють наданню послуг;
 - 20 % на інші витрати, що забезпечують діяльність Центру.

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

5.8. Оплата послуг Центру може здійснюватися у безготівковій формі на рахунок СумДУ або у готівковій формі до каси університету.

5.9. 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.

6.2. У такому ж порядку можуть вноситися 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

МОН України	Положення про науково-навчальний центр маркетингових досліджень СумДУ	Стор. 5
СумДУ		Версія 01

затверджуватися наказом ректора без розгляду вченої радою та/або дорадчими органами.

6.3. 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.

Ректор _____ А.В. Васильєв

Відповідальний за укладання Положення

Завідувач кафедри маркетингу _____ О.В.Люльов

Погоджено:
Проректор з НПР _____ О.В.Бріжатий

Директор ННІ ФЕМ _____ Т.А.Васильєва

Начальник НДЧ _____ Д.І.Курбатов

Директор департаменту бізнес-
процесів _____ С.В.Леонов

В.о. начальника юридичного відділу _____ Н.Ю. Заїка