

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Національного
університету «Чернігівська
політехніка»

30.08.2024 р. протокол №9

Введено в дію наказом ректора
від 30.08.2024 № 159/ВС

**ПОЛОЖЕННЯ ПРО МАРКЕТИНГ-КОНСАЛТИНГ ЦЕНТР
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Чернігів 2024

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Маркетинг-консалтинг центр (надалі — Центр) є підрозділом кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики (надалі – Кафедра) Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та адміністрування Національного університету «Чернігівська політехніка» (надалі – Університет).

1.2 У своїй діяльності Центр керується чинним законодавством України, Статутом Університету і цим Положенням.

1.3 Центр функціонує у взаємодії з відділом «Науково-дослідна частина» Університету, а за необхідності – з іншими підрозділами Університету.

2. СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ

2.1 Місією Центру є проведення маркетингових досліджень та формування, розвиток та вдосконалення бізнес-компетенцій фахівців, структур і компаній.

2.2 Метою діяльності Центру є комерціалізація та підвищення інноваційної спроможності результатів науково-дослідної діяльності шляхом проведення маркетингових та ринкових досліджень; здійснення наукового консультування; організація та проведення курсів, семінарів, практикумів, тренінгів, стажувань; інформаційно-аналітичне забезпечення наукової діяльності; організація та проведення наукових заходів (форумів, семінарів, конференцій, зустрічей тощо) на підставі визначення актуальних викликів бізнес-середовища, новітніх досягнень науки та закордонного досвіду.

2.3 Стратегічними цілями діяльності Центру є:

- розширення мережі замовників наукових досліджень;
- співпраця з іноземними фірмами та виробниками;
- диверсифікація напрямів співпраці з органами влади, бізнесом та промисловістю.

2.4 Відповідно до визначеної мети завданнями Центру є:

2.4.1 Організація короткострокових форм навчання для працівників підприємств і організацій різних форм власності, приватних осіб, організація корпоративного навчання за напрямами:

- оптимізація управління витратами;
- впровадження управлінського обліку;
- управління витратами та доходами бізнес-структур;
- бюджетне планування і контроль;
- трансфертне ціноутворення;
- формування лояльності споживачів;

- дослідження ринку як інструмент успішного маркетингу;
- маркетингові інструменти для збільшення продажів;
- маркетинг для малого та середнього бізнесу;
- ефективне управління малим бізнесом; управління бізнес-проектами та інше.

Напрями діяльності Центру не обмежуються вище наведеним переліком та формуються відповідно до запитів замовників.

2.4.2 Створення і реалізація програм підвищення ділової майстерності відповідно до запитів замовників.

2.4.3 Проведення конференцій, круглих столів, стратегічних сесій, семінарів, вебінарів, тренінгів, воркшопів у відповідь на вимоги ринку та запити бізнесу.

2.4.4 Вивчення проблем бізнес-середовища та надання відповідних консультацій щодо їх вирішення.

2.4.5 Проведення рекламно-інформаційної кампанії щодо залучення до співпраці підприємств, установ та організацій.

3. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЦЕНТРУ

3.1 Обов'язки керівника Центру на громадських засадах виконує науково-педагогічний працівник кафедри, що призначається наказом ректора за поданням завідувача кафедри.

3.2 Керівник здійснює безпосереднє управління діяльністю Центру, розробляє концепцію діяльності Центру, стратегічні та поточні плани роботи, встановлює та підтримує ділові зв'язки з партнерами.

4. ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ

Фінансування діяльності Центру здійснюється за рахунок залучених коштів за оплату послуг Центру, а також інших залучених коштів, незаборонених законодавством України.

5. РЕОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЛІКВІДАЦІЯ ЦЕНТРУ

Реорганізація та ліквідація Центру здійснюється у порядку, встановленому Статутом Університету.