



**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

УТВЕРЖДЕНО

Приказом ректора
от 01 апреля 2024 г. № 39-од

**ПОЛОЖЕНИЕ
об управлении продажами**

Москва - 2024

1. Общие положения

1.1. Управление продажами - является структурным подразделением Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт международных экономических связей» (в дальнейшем – «Институт»), созданным для привлечения новых студентов в институт.

Управление продажами создано для выполнения задач связанных с реализацией образовательных услуг в Институте.

1.2. Управление продажами создается, реорганизуется и ликвидируется приказом Ректора Института.

1.3. Руководство управление продажами осуществляет начальник управления продажами, назначаемый на должность и увольняемый с должности приказом Ректора Института. Начальник отдела непосредственно подчиняется Первому проректору Института.

1.4. Начальник управления продажами руководит деятельностью по продажам и отвечает за:

- результаты работы продаж, качество и своевременность выполнения возложенных на управление продажами задач и функций;
- выполнение плана работы по направлениям деятельности;
- организацию взаимодействия управления продажами с другими подразделениями института;
- организацию и ведение необходимого документооборота;
- создание условий для эффективной работы подчиненных.

1.5. Начальник управления продажами распределяет обязанности между сотрудниками в рамках должностных инструкций, утверждаемых ректором, представляет сотрудников к поощрениям и взысканиям.

1.6. В своей деятельности управление продажами руководствуется следующими основными документами:

- действующим законодательством Российской Федерации, в том числе в сфере высшего образования;
- приказами, постановлениями и другими нормативными и инструктивными документами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;
- Уставом Института;
- решениями Ученого Совета Института, приказами и распоряжениями Ректора Института;
- настоящим Положением.

1.7. В своей деятельности управление продажами не подменяет другие подразделения, а ориентирует деятельность других подразделений на рынок и коррелирует их работу с общими для всего Института целями рыночной деятельности.

1.8. Положение об управлении продажами введено вместо Положения о об отделе продаж образовательных услуг, в связи с организационно-штатными изменениями Института.

2. Основные цели и задачи управления продажами

2.1. Основной целью деятельности управления продажами является обеспечение эффективного приема абитуриентов для освоения образовательных программ высшего образования.

2.2. Основными задачами управления продажами являются:

- реализация стратегии продаж образовательных услуг;
- продвижение образовательных услуг.

3. Основные функции управления продажами

3.1. Участие в разработке оперативных и стратегических планов деятельности Института.

3.2. Проведение комплекса исследований, связанных с рынком образовательных продуктов и услуг, рынком труда, потребителями, как по утвержденному плану исследований, так и по специальным указаниям руководства Института.

3.3. Выявление требований потребителей к качественным характеристикам образовательных продуктов и услуг; формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж.

3.4. Участие в разработке ценовой политики, схем скидок в зависимости от различных факторов.

3.5. Изучение конъюнктуры рынка на оказываемые Институтом образовательные услуги.

3.6. Изучение деятельности конкурентов, стратегии и тактики их воздействия на потребителей образовательных услуг.

3.7. Поиск и сопровождение клиентов, обработка входящих звонков.

3.8. Ведение базы абитуриентов в CRM системе.

3.9. Ведение переговоров с абитуриентами, получение первичных пакетов документов.

3.10. Ведение документооборота, в том числе работа с договорами.

3.11. Постоянный анализ и оценка эффективности отдела продаж в Институте.

3.12. Анализ причин неудовлетворенного спроса на образовательные услуги и продукты Института и разработка предложений по снижению его размеров.

3.13. Разработка предложений по освоению новых видов образовательных услуг, отвечающих запросам новых потребителей (обучающихся).

3.14. Участие в организации и проведении социально значимых мероприятий в Институте.

3.15. Участие в заключении договоров о сотрудничестве со средними и средними профессиональными образовательными учреждениями.

3.16. Участие в проведении дней открытых дверей.

3.17. Осуществление рассылки информационных писем в школы, колледжи города Москвы, а также на электронную почту абитуриентам.

4. Структура и кадровый состав

4.1. Структура и штат управления продажами, а также изменения к ним утверждает ректор Института.

4.2. Штатная численность управления продажами устанавливается ректором Института с учетом возложенных на управление продажами задач.

4.3. Должностные оклады сотрудников управления продажами устанавливаются в соответствии с действующей системой оплаты труда в Институте.

4.4. Полномочия, права, обязанности, ответственность, требования к квалификации персонала управления продажами определены в должностных инструкциях сотрудников.

5. Взаимоотношения управления продажами с другими подразделениями

5.1. Исходя из принятой организационной структуры, сотрудники управления по продажам взаимодействуют со следующими структурными подразделениями:

- с Отделом маркетинга и PR в части реализации маркетинговых мероприятий по исследованию и привлечению абитуриентов в Институт, а также привлечению новых абитуриентов;
- с Отделом организации приема в части оформления и получения документов;
- с Учебными управлениями очной и вечерней форм обучения и заочной и дистанционной форм обучения для получения информации по изменению учебной части (процесса).

6. Права

Управление продажами при реализации своей деятельности в пределах своей компетенции имеет право:

6.1. Принимать участие в совещаниях всех уровней, на которых рассматриваются вопросы, относящиеся к компетенции управления продажами.

6.2. Вносить предложения по оптимизации деятельности Института по вопросам, входящим в сферу компетенции управления продажами.

6.3. Получать от руководства и сотрудников Института и использовать информацию, необходимую для деятельности управления продажами.

6.4. Вносить руководству Института предложения, учитывающие требования потребителей по повышению качества и конкурентоспособности оказываемых образовательных услуг, а также о прекращении предоставления образовательных услуг, не имеющих сбыта.

6.5. Представлять интересы Института во взаимоотношениях с иными структурными подразделениями Института и сторонними организациями по вопросам продаж образовательных услуг.

6.6. Вносить на рассмотрение руководства Института предложения о мерах по организации продаж образовательных услуг.

6.7. Требовать от руководства Института обеспечения организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей, а также содействия в обеспечении прав, предусмотренных настоящим Положением.

7. Ответственность

7.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на управление продажами задач и функций несет начальник управления продажами.

7.2. Степень ответственности других работников управления продажами устанавливается их должностными инструкциями.

7.3. Начальник управления продажами и другие сотрудники отдела несут персональную ответственность за качество выполнения функций и обязанностей, возложенных на них должностными инструкциями, за соответствие визируемых ими проектов, отчетов, актов и других документов действующему законодательству Российской Федерации.