

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Богатырёв Дмитрий Кириллович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.10.2021 15:14:13  
Уникальный программный ключ:  
dda1af705f677e47a7c1ba996f808ba752b4389ba138a150f409



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

## **РУССКАЯ ХРИСТИАНСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ**

Протокол заседания Ученого совета

№ 4 от 28 декабря 2018 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор

Д.К. Богатырёв

«28» декабря 2018 г.

Введено в действие

Приказ № 93 от 29.12.2018 г.



**ПОЛОЖЕНИЕ  
ОБ УПРАВЛЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА  
И НАУЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
ЧАСТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
«РУССКАЯ ХРИСТИАНСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ»**

Санкт-Петербург

## I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций является структурным подразделением академии, (и не имеет самостоятельного баланса и статуса юридического лица) действует на основании Устава академии и в своей практической работе руководствуется локальными нормативными актами академии и настоящим Положением.

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций осуществляет *мониторинг* отечественных и зарубежных государственных и частных грантов и конкурсов, информирование ППС и потенциальных участников грантов о возможностях фондов и программ; *помощь в оформлении, сопровождение* научных и социальных проектов; *координацию* научной и информационной деятельности структурных подразделений академии.

Основные научные и научно-организационные вопросы деятельности Управления рассматривает Ученый совет академии.

## II. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

Основными задачами управления стратегического маркетинга и научных коммуникаций являются:

- организация, планирование и контроль научно-исследовательской работы академии;
- координация и контроль научно-исследовательской работы аспирантов и студентов;
- содействие улучшению международных, межвузовских и межведомственных научных связей, интеграции вузовской и академической гуманитарной науки.

## III. ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций в соответствии с возложенными на него задачами и в целях организации эффективной научной и инновационной деятельности осуществляет следующие функции:

В области планирования и организации научных исследований:

- разрабатывает проекты планов научно-исследовательских работ академии на основании планов подразделений академии;
- содействует выполнению исследований и разработок на современном научно-организационном уровне и обеспечению высокой эффективности проводимых работ;



- осуществляет контроль за своевременным и качественным выполнением научно-исследовательских работ в подразделениях академии в соответствии с утвержденными программами и планами;

- обеспечивает регистрацию проводимых исследований, своевременность и достоверность отчетности по научно-исследовательской работе, представляемой в органы государственной статистики;

- проводит работу по организации внедрения результатов завершенных научных исследований, готовит предложения для включения вузовских разработок в государственные заказы федерального и регионального (Санкт-Петербург) уровней;

- организует временные коллективы для решения актуальных научно-практических проблем;

- осуществляет информационное обслуживание проводимых в вузе исследований и разработок, в том числе через информационно-издательскую деятельность.

В области организации труда и финансирования исследований:

- разрабатывает штатное расписание НИР, определяет сметы расходов на проведение исследований и вносит в них изменения;

- осуществляет информационное обслуживание и привлечение преподавателей, аспирантов и студентов академии к реализации научно-исследовательских проектов и программ по фондам и грантам.

В области связи научных исследований с учебным процессом:

- организует разработку научных проблем развития и совершенствования высшего образования;

- совместно с факультетами организует деятельность студенческих исследовательских бюро, научно-производственных отрядов и других форм научного творчества студентов академии;

В области интеграции науки и улучшения международных, межвузовских и межведомственных научных связей:

- обеспечивает проведение исследований в тесном контакте с другими вузами, научными учреждениями, ведомствами в рамках различных организационных форм, в том числе: временных научных коллективов и иных видов научных объединений, проведения научных конференций, симпозиумов, постоянно действующих семинаров, художественных выставок;

- содействует в организации научных лабораторий, временных коллективов в рамках интеграции вузовской и академической науки.

#### **IV. СТРУКТУРА И ШТАТЫ УПРАВЛЕНИЯ.**

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций входит в структуру научного исследовательского департамента академии. Возглавляет отдел –

начальник управления, который непосредственно подчиняется проректору по научной работе.

Начальник управления действует на основе должностной инструкции, утверждаемой ректором академии, несет ответственность за своевременное и качественное выполнение научно-исследовательской работы академии, соблюдение штатной дисциплины.

Штат управления формируется проректором по научной работе и утверждается ректором академии.

## **V. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ**

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций вправе:

- самостоятельно определять содержание и конкретные формы своей деятельности в соответствии с Уставом академии, приказами ректора, указаниями проректора по научной работе, целями и задачами, указанными в настоящем Положении;

- разрабатывать и согласовывать структуру, штатное расписание, режим работы и должностные инструкции работников;

К основным обязанностям управления стратегического маркетинга и научных коммуникаций относятся:

- обеспечение выполнения основных задач и функций научно-исследовательской части, перечисленных в настоящем Положении, руководствуясь в своей работе законодательством Российской Федерации, Уставом академии, локальными нормативными актами;

- организация своевременного и качественного исполнения приказов и указаний ректора и проректора по научной работе;

- представление в установленные сроки отчетов и других документов о научно-исследовательской деятельности Совету учредителей, Ученому совету, в органы управления и надзора в сфере образования и науки, а также в органы государственной статистики.

## **VI. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ АКАДЕМИИ**

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций в своей деятельности тесно сотрудничает с подразделениями академии, проводит обсуждение научных программ, планов, осуществляет координацию и контроль за организацией научно-исследовательских работ факультетов, научно-исследовательских институтов и кафедр.

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций своевременно представляет факультетам, научно-исследовательским институтам, кафедрам материал для ознакомления по линии научно-исследовательских работ.

Управление стратегического маркетинга и научных коммуникаций проводит свою работу на основе сотрудничества с издательством и библиотекой академии на основе совместных планов и программ.