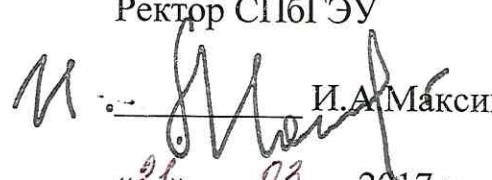


ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор СПбГЭУ

И.А. Максимцев
«21» 03 2017 г.

ПОЛОЖЕНИЕ О КАФЕДРЕ МАРКЕТИНГА

ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Санкт-Петербург

2017

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Кафедра маркетинга является основным учебно-научным структурным подразделением ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (далее - Университет), обеспечивающим проведением учебной, научной, методической и воспитательной работы. Профиль учебно-методической и научной работы преподавателей кафедры маркетинга соответствует основному направлению деятельности кафедры, отраженному в ее наименовании, и закрепленным за кафедрой маркетинга дисциплинам учебного плана. Кафедра маркетинга входит в состав Факультета бизнеса, таможенного дела и экономической безопасности.

1.2. Кафедра маркетинга создается и ликвидируется приказом ректора Университета в порядке, установленном Уставом Университета.

Кафедра создается в составе не менее пяти преподавателей, из которых не менее трех должны иметь ученые степени или звания.

1.3. Кафедру маркетинга возглавляет заведующий кафедрой, избираемый на заседании Ученого совета Университета путем тайного голосования на срок до 5 лет из числа наиболее квалифицированных и авторитетных специалистов соответствующего профиля, имеющих ученую степень или звание. Процедура выборов заведующего кафедрой маркетинга определяется положением о процедуре выборов заведующего кафедрой, принимаемым Ученым советом Университета и утверждаемым ректором Университета.

1.4. Работа кафедры маркетинга осуществляется в соответствии с перспективными и годовыми планами, охватывающими учебную, научно-методическую, воспитательную, научно-исследовательскую и другие виды деятельности.

Обсуждение вопросов деятельности кафедры маркетинга, хода выполнения планов осуществляется на заседаниях кафедры маркетинга под председательством заведующего, в которых принимает участие профессорско-преподавательский состав кафедры маркетинга.

На заседания могут быть приглашены другие работники кафедры или других кафедр и вузов, а также предприятий, учреждений и организаций.

Кафедра имеет документацию, отражающую содержание, организацию и методику осуществления всех видов деятельности кафедры, перечень которой определяется Номенклатурой дел Университета.

1.5. Работа кафедры маркетинга направлена на формирование выпускника-бакалавра-специалиста-магистра, а также подготовку кандидатов и докторов наук, обладающих твердыми профессиональными знаниями и навыками, необходимыми для успешной деятельности в избранной сфере, на развитие творческого потенциала студента, аспиранта, докторанта, формирование их гражданской позиции.

1.6. Кафедра маркетинга в своей деятельности руководствуется:

- федеральными законами;
- актами Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Министерства образования и науки Российской Федерации, органов государственной власти Санкт-Петербурга в части их компетенции;
- Уставом университета;
- Миссией и Политикой в области качества СПбГЭУ;
- Настоящим Положением.

2. СТРУКТУРА КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА

2.1. Структура и количественный состав кафедры маркетинга зависят от объема и характера учебной нагрузки, объема и характера научных исследований.

2.2. В состав кафедры маркетинга входят профессора, доценты, старшие преподаватели, ассистенты, преподаватели-стажеры, аспиранты, докторанты, учебно-вспомогательный персонал.

Штатное расписание кафедры маркетинга утверждается в установленном порядке ректором Университета.

Обязанности работников кафедры определяются должностными инструкциями.

2.3. Порядок и условия конкурсного отбора и заключения трудовых договоров между Университетом и преподавателями кафедры маркетинга определяются положением о порядке замещения должностей профессорско-преподавательского состава образовательных учреждений высшего образования Российской Федерации.

2.4. Кафедра может иметь в своем составе учебные и научные лаборатории, базовые кафедры, методические кабинеты, компьютерные классы.

2.5. На кафедре могут создаваться секции, объединяющие преподавателей одной или нескольких наиболее близких по содержанию дисциплин для решения методических и организационных вопросов обеспечения учебного процесса.

3. ФУНКЦИИ И ЗАДАЧИ КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА

3.1. Проведение по всем формам обучения всех видов учебных занятий.

3.2. Разработка новых учебных дисциплин, в том числе дисциплин профилей и факультативов, совершенствование и обновление базовых дисциплин.

3.3. Разработка на основе ГОС ВПО и ФГОС ВПО учебных планов образовательных программ и направлений подготовки.

3.4. Осуществление комплексного методического обеспечения учебных дисциплин кафедры: подготовка учебников, учебных пособий, уделяя при этом особое внимание изданию их с грифами Министерства образования и науки России и УМО; разработка учебно-методических материалов по проведению всех видов учебных занятий, организации самостоятельной работы студентов, пособий, предусматривающих использование наиболее целесообразных форм и методов преподавания, рациональное сочетание методических приемов, эффективное использование прогрессивных технологий обучения, современной учебной техники и лабораторного оборудования.

3.5. Обеспечение непрерывного совершенствования качества преподавания на основе: внедрения информационных и других прогрессивных технологий; повышения уровня лекций как ведущей формы обучения, активизация практических, семинарских, лабораторных и самостоятельных занятий как эффективных форм закрепления знаний, привития необходимых умений и навыков, развития творческих способностей студентов. Систематическое осуществление проверки остаточных знаний выпускников, их соответствия требованиям ГОС ВПО и ФГОС ВПО.

3.6. Организация и руководство научно-исследовательской работой студентов, всеми видами практик, курсовым и дипломным проектированием, способствующим приближению условий их проведения к реальным условиям будущей производственной и исследовательской деятельности выпускников; проведение курсовых, экзаменов и зачетов, анализ их итогов.

3.7. Оказание содействия в трудоустройстве выпускников, поддерживание связи с выпускниками университета.

3.8. Подбор, подготовка и повышение квалификации педагогических кадров; организация научных стажировок для профессорско-преподавательского состава, организация и контроль обучения аспирантов и докторантов, работы соискателей и стажеров; рассмотрение и рецензирование кандидатских и докторских диссертаций; рецензирование студенческих научных работ.

3.9. Организация и осуществление научных исследований сотрудниками кафедры в инициативном порядке, а также в соответствии с бюджетными и внебюджетными договорами.

3.10. Обсуждение выполненных научно-исследовательских работ и подготовка рекомендаций к их опубликованию, участие во внедрении результатов исследований в практику.

3.11. Проведение работы по расширению связей кафедры маркетинга с производственными, научными и учебными организациями. Оказание помощи на договорной основе этим организациям в подготовке и переподготовке кадров, выполнении и экспертизе научных исследований, создание филиалов кафедры маркетинга.

4. ПРАВА КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА

4.1. Запрашивать от структурных подразделений Университета информацию по вопросам организации учебного процесса и другим вопросам, в соответствии с деятельностью кафедры;

4.2. Осуществлять подготовку и повышение квалификации научно-педагогических кадров;

4.3. Изучать, обобщать и распространять опыт работы лучших преподавателей; оказывать помощь начинающим преподавателям в овладении педагогическим мастерством;

4.4. Рассматривать диссертации, представляемые к защите членами кафедры маркетинга или, по поручению руководства университета, другими соискателями.

4.5. Вести служебную переписку в пределах прав по вопросам, касающимся осуществления деятельности кафедры маркетинга.

4.6. Участвовать в работе Ученого и Научно-методического Совета факультета, Университета, заседаниях других кафедр Университета, государственных аттестационных (экзаменационных) комиссий.

5. ПРАВА ЗАВЕДУЮЩЕГО КАФЕДРОЙ

Заведующий кафедрой имеет право:

5.1. Участвовать в работе всех подразделений и органов управления Университета, где обсуждаются и решаются вопросы, связанные с деятельностью кафедры маркетинга.

5.2. Назначать и проводить заседания кафедры маркетинга, создавать секции кафедры и методические комиссии, организовывать кафедральные научные и методические семинары, круглые столы и другие некоммерческие мероприятия по вопросам учебной и научно-исследовательской работы.

5.3. Вносить в Ученый Совет факультета предложения по изменению учебных планов и рабочих программ (учебно-методических комплексов) учебных дисциплин.

5.4. Утверждать календарные планы работы кафедры маркетинга, индивидуальные планы работы преподавателей, программы учебных дисциплин, экзаменационные билеты, рецензии, заключения и отзывы кафедры маркетинга.

5.5. Распределять и перераспределять педагогическую нагрузку для профессорско-преподавательского состава кафедры маркетинга и функциональные обязанности между сотрудниками кафедры, в том числе при необходимости вводить должности (на общественных началах) заместителя заведующего кафедрой и руководителя секции.

5.6. Контролировать своевременность и качество выполнения педагогической нагрузки и функциональных обязанностей преподавателями и сотрудниками кафедры маркетинга; контролировать все формы учебных занятий и научных исследований, проводимых преподавателями и сотрудниками кафедры маркетинга.

5.7. Подбирать и вносить в Ученый Совет факультета кандидатуры на вакантные должности по кафедре маркетинга. Представлять в установленном порядке документы на оформление приема сотрудников кафедры на работу. Осуществлять аттестацию сотрудников кафедры маркетинга, вносить декану предложения по их поощрению или наказанию.

5.8. Требовать от руководителей соответствующих структурных подразделений Университета создания материально-технических и информационных условий для эффективной организации учебного процесса, проведения научных исследований, повышения квалификации преподавателей.

5.9. Вносить на рассмотрение Ученого Совета факультета предложения по совершенствованию учебного процесса, организации научных исследований, подготовке выпускников.

5.10. Требовать от всех сотрудников кафедры маркетинга соблюдения правил внутреннего распорядка, трудовой дисциплины, должностных обязанностей, рационального использования всех ресурсов, обеспечивающих деятельность кафедры.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА

6.1. Сотрудники кафедры маркетинга несут ответственность в соответствии с законодательством, Уставом Университета и приказами ректора Университета.

6.2. Заведующий кафедрой маркетинга несет персональную ответственность за деятельность кафедры маркетинга в целом, за подбор и перемещение кадров, за качество планирования и организацию учебного, научно-исследовательского, воспитательного процессов, за состояние трудовой дисциплины, учета и отчетности.

6.3. Ответственность руководителей структурных подразделений, входящих в состав кафедры маркетинга, а также учебно-вспомогательного персонала кафедры маркетинга определяется должностными инструкциями.

7. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

7.1. Для выполнений функций, задач и реализации прав, предусмотренных настоящим Положением, кафедра маркетинга взаимодействует со всеми структурными подразделениями Университета по вопросам, касающимся осуществления деятельности кафедры.

7.2. Кафедра маркетинга сотрудничает с кафедрами зарубежных вузов по учебной, учебно-методической и научно-исследовательской работе, а также с зарубежными научно-исследовательскими организациями по профилю кафедры маркетинга и по вопросам, касающимся осуществления деятельности кафедры маркетинга.