	Частное образовательное учреждение высшего образования «Академия управления и производства»
	СМК-ПСП.04.1.706-12.25

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 029CA2BB0093B3AFAE4C9C494DAFFBB15C
Владелец: БОРЩЕВА АЛЛА ВИКТОРОВНА
Действителен: с 12.11.2025 до 12.02.2027

Приложение к приказу
от 02 декабря 2025 г. № 048-06

УТВЕРЖДЕНО
протоколом Ученого совета
от 28 ноября 2025 г. № 4
Ректор А.В. Борщева

Положение об отделе продаж

Разработано:

Начальник отдела кадров Соколов В.В.

Согласовано:

Начальник юридического отдела Жидких В.П.

Москва, 2025

1 Общие положения

1.1 Настоящее положение определяет порядок создания и расформирования, подчинение, нормативно-правовую основу деятельности, задачи и функции, взаимодействие отдела продаж (далее – Отдел, Подразделение) Частного образовательного учреждения высшего образования «Академия управления и производства» (далее – Академия).

1.2 Полное наименование отдела: отдел продаж.

Сокращенное наименование отдела: ОП.

1.3 Отдел подчиняется непосредственно ректору Академии.

1.4 Отдел создаётся и расформировывается в соответствии с организационной структурой и штатным расписанием Академии, в порядке, определенном действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Академии.

1.5 Подразделением непосредственно руководит начальник отдела (далее – Руководитель подразделения).

1.6 В период отсутствия Руководителя подразделения его обязанности может выполнять специалист отдела или иное лицо, назначенный приказом Академии в установленном порядке.

1.7 При исполнении своих функций Отдел руководствуется:

1.7.1 действующим законодательством Российской Федерации;

1.7.2 уставом Академии;

1.7.3 настоящим Положением;

1.7.4 приказами и распоряжениями ректора Академии;

1.7.5 правилами внутреннего трудового распорядка Академии;

1.7.6 иными локальными нормативными актами Академии;

1.7.7 нормативными актами по охране труда, правилами и нормами охраны труда, противопожарной защиты, а также иными нормативными правовыми актами.

1.8 Режим работы Отдела определяется в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка, установленными в Академии.

1.9 Настоящее Положение, изменения и дополнения к нему утверждаются приказом ректора Академии.

2 Основные задачи

Основными задачами подразделения являются:

2.1 Организация и планирование развития отдела продаж.

2.2 Поиск новых абитуриентов Академии и развитие сотрудничества со студентами.

2.3 Заключение и сопровождение договоров на оказание образовательных услуг.

2.4 Увеличение лояльности студентов.

2.5 Анализ рынка и целевой аудитории.

2.6 Формирование ценовой политики и условий приёма.

2.7 Организация информационной поддержки абитуриентов.

2.8 Продвижение и реклама образовательных программ.

2.9 Организация профориентационной работы.

2.10 Разъяснительная работа о преимуществах обучения в вузе.

2.11 Взаимодействие с партнёрами, школами, колледжами, образовательными платформами.

2.12 Ведение клиентской базы и CRM-системы.

2.13 Организация приёмной кампании.

2.14 Мониторинг и анализ эффективности работы.

3 Основные функции

Для выполнения задач, указанных в п. 2 настоящего Положения, на Подразделение возложены следующие функции:

3.1 Организация и поддержание работы отдела продаж.

3.2 Поиск новых и удержание текущих заказчиков.

3.3 Подготовка коммерческих предложений для партнеров Академии.

3.4 Консультирование заказчиков и заключение сделок.

3.5 Предоставление данных по набору групп.

3.6 Выполнение плана продаж.

3.7 Учет и контроль оплат. Общение с заказчиками по дебиторской задолженности.

3.8 Сбор контактов потенциальных заказчиков.

3.9 Создание и поддержание в актуальном состоянии клиентскую базу заказчиков Академии.

3.10 Поддержание ежедневного контакта с заказчиками в соответствии с установленными договоренностями.

3.11 Выполнение регламентов по работе с клиентской базой.

3.12 Информирование обучающихся о новых образовательных программах, реализуемых в Академии.

3.13 Контроль ведения документооборота по корпоративным заказам.

3.14 Анализ ключевых сегментов рынка и предложений у конкурентов.

3.15 Контроль процесса корпоративного обучения.

3.16 Внесение предложений по разработке дополнительных образовательных продуктов.

3.17 Мониторинг рынка образовательных услуг и конкурентной среды.

3.18 Анализ демографической ситуации и образовательных предпочтений целевой аудитории.

3.19 Сбор и обработка статистики по результатам приёмных кампаний прошлых лет.

3.20 Выявление наиболее эффективных каналов привлечения абитуриентов.

3.21 Создание и актуализация рекламных материалов (буклеты, видеоролики, презентации);

3.22 разработка контент-плана для соцсетей и официального сайта.

3.23 Планирование и проведение дней открытых дверей, информационных встреч.

3.24 организация профориентационных мероприятий в школах и колледжах.

3.25 Проведение встреч и консультаций для школьников, выпускников колледжей и вузов.

3.26 Работа с родителями абитуриентов (информационные собрания, консультации).

3.27 Налаживание партнёрских отношений с образовательными учреждениями.

3.28 Участие в образовательных выставках и ярмарках.

3.29 Информирование о преимуществах обучения в академии (качество образования, трудоустройство, стипендии, инфраструктура).

3.30 Разъяснение правил приёма, сроков и необходимых документов.

3.31 Демонстрация успешных кейсов выпускников и карьерных траекторий.

3.32 Освещение возможностей научной, спортивной и творческой самореализации в вузе.

3.33 Ведение официальных страниц вуза в социальных сетях.

3.34 Создание и поддержка специализированных лендинг страниц для приёма.

3.35 Координация деятельности приёмной комиссии.

3.36 Подготовка и распространение информационных материалов.

3.37 Организация экскурсий по кампусу для абитуриентов.

3.38 Сопровождение абитуриентов на всех этапах поступления.

3.39 Мониторинг показателей набора (количество заявлений, конкурс, средний балл).

3.40 Сбор обратной связи от абитуриентов и их родителей.

3.41 Анализ процент поступивших от общего числа собранных контактов и зачисленных студентов.

3.42 Корректировка стратегии привлечения на основе полученных данных.

4 Структура

4.1 Структура и штатная численность Подразделения определяются действующей организационной структурой и штатным расписанием Академии.

5 Взаимодействие

Подразделение взаимодействует:

5.1 С работниками подразделений Академии – в порядке, установленном документацией СМК Академии.

5.2 С третьими лицами – в порядке, установленном действующим законодательством РФ.

Места хранения

Оригинал документа в электронном виде хранится на общем ресурсе Академии.