

**სსიპ საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
მარკეტინგისა და კომუნიკაციების ცენტრის
დებულება**

მუხლი 1. ზოგადი დებულებანი

1. ეს დებულება განსაზღვრავს საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის მარკეტინგისა და კომუნიკაციების ცენტრის (შემდგომში – ცენტრი) სამართლებრივ სტატუსს, სტრუქტურას, უფლებამოსილებას, ანგარიშვალდებულებას და აწესრიგებს ცენტრის საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა საკითხებს.
2. ცენტრის მიზნებია საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბრენდისა და იმიჯის განმტკიცების მიზნით, ეფექტური მარკეტინგული და კომუნიკაციის პოლიტიკის შემუშავება და შესაბამისი განვითარების ხელშეწყობა.
3. ცენტრი წარმოადგენს საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის (შემდგომში - უნივერსიტეტი) ადმინისტრაციის სტრუქტურულ ერთეულს, რომელიც თავის საქმიანობას წარმართავს საქართველოს კონსტიტუციის, „უმაღლესი განათლების შესახებ“ საქართველოს კანონის, „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის წესდებით, წინამდებარე დებულებით, ცენტრის პერსონალის სამუშაოთა აღწერილობებისა და საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად.
4. ცენტრი ანგარიშვალდებულია რექტორის წინაშე, რომელიც ახორციელებს მასზე სამსახურებრივ ზედამხედველობას კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

მუხლი 2. ცენტრის ფუნქციები

1. ცენტრის ძირითადი ფუნქციებია:
 - 1.1. სამიზნე აუდიტორიის იდენტიფიცირება და მათ მოსაზიდად შესაბამისი მარკეტინგული კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება;
 - 1.2. საქართველოსა და მსოფლიო საგანმანათლებლო ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და კვლევის შედეგების რექტორისთვის წარდგენა;
 - 1.3. სხვადასხვა სახის სარეკლამო კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება, კამპანიების ეფექტურობისა და ეფექტიანობის გაზომვა;
 - 1.4. ჩართული და დაინტერესებული მხარეების მოლოდინების დაკმაყოფილების ყოველწლიური კვლევის ჩატარება;
 - 1.5. უნივერსიტეტის ყოველწლიური SWOT ანალიზის განხორციელება, სუსტი მხარეებისა და გამოწვევების დაძლევის მიზნით შესაბამისი ღონისძიებებისა და აქტივობების დაგეგმვა და განხორციელების პროცესის კოორდინაცია;
 - 1.6. უნივერსიტეტის ფაკულტეტების/სკოლის, დამოუკიდებელი სამეცნიერო-კვლევითი

ერთეულებისა და ცენტრების მიერ შესრულებული სამუშაოების და ინოვაციური წინადადებების ტექნიკურ-ეკონომიკური განხორციელებადობის კვლევა, შესაბამისი ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრების ანალიზი, ფასთაკვლევა და შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება;

1.7. საქართველოს საგანმანათლებლო ბაზრის დინამიკის მონიტორინგი და კომპეტენციის ფარგლებში რეაგირება;

1.8. უნივერსიტეტის ბიზნესპროცესების მართვის ხელშეწყობა;

1.9. მარკეტინგის კუთხით უნივერსიტეტის განვითარების გეგმის შემუშავებისა და რეალიზაციის ხელშეწყობა;

1.10. უნივერსიტეტის მარკეტინგული ღონისძიებების გეგმის შემუშავება და იმპლემენტაცია;

2.11. მარკეტინგის კუთხით უნივერსიტეტის ბრენდის ფორმირება, მუდმივი განახლება და განვითარება;

1.12. ყველა სახის ვიზუალური მასალის კოორდინაცია ერთიანი კორპორატიული საუნივერსიტეტო სტილის დაცვის მიზნით; მარკეტინგის კუთხით უნივერსიტეტის გრძელვადიანი სტრატეგიული და ყოველწლიური სამოქმედო გეგმების შედგენის პროცესში ჩართულობა;

2.13. უნივერსიტეტის ყველა სტრუქტურული ერთეულის მხარდაჭერა სტრატეგიული კომუნიკაციის, მარკეტინგული კვლევებისა და აქტივობების მიმართულებით;

2.14. შესაბამის სტრუქტურულ ერთეულებთან თანამშრომლობით უნივერსიტეტის მისიის, ხედვისა და ღირებულებების პოპულარიზაცია, როგორც უნივერსიტეტის შიგნით, ასევე მის გარეთ;

2.15. ქოლ-ცენტრის ორგანიზაციული მართვა, რაც გულისხმობს: ქოლ-ცენტრის თანამშრომლების ზედამხედველობას; ქოლ ცენტრის თანამშრომლებისთვის საჭირო ოპერატიული ინფორმაციით მომარაგებას; ქოლ-ცენტრის ინფრასტრუქტურის ტექნიკური გამართულობის მუდმივ კონტროლს და ქოლ ცენტრის ოპერატორებსა და უნივერსიტეტის ორგანიზაციულ ერთეულებს შორის საკომუნიკაციო არხის ორგანიზებას;

2.16. ქოლ-ცენტრში შემომავალი ზარების მონიტორინგი, საჭიროების შემთხვევაში ჩანაწერის ანალიზი და შესაბამისი ღონისძიებების გატარება ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით;

2.17. სატელეფონო აბონენტების ზარების განხორციელების პოლიტიკის შემუშავება და მართვა;

2.18. სატელეფონო აბონენტების სატარიფო გეგმის შემუშავება და მართვა (ბილინგი);

2.19. IP ტელეფონიასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა სერვისებზე მომხმარებლების ინფორმირება, კონსულტაციები და პერიოდული ტრენინგების ორგანიზება.

2.20. ცენტრში შემოსულ კორესპონდენციაზე კომპეტენციის ფარგლებში რეაგირება;

2.21. უნივერსიტეტის მართვის ორგანოების (მმართველი სუბიექტების) სამართლებრივი აქტებით განსაზღვრული სხვა უფლებამოსილებების განხორციელება.

მუხლი 3. ცენტრის ხელმძღვანელობა და თანამშრომლები

1. ცენტრს ხელმძღვანელობს ცენტრის უფროსი, რომელსაც თანამდებობაზე ნიშნავს და ათავისუფლებს უნივერსიტეტის რექტორი.
2. ცენტრის უფროსი ანგარიშვალდებულია უნივერსიტეტის რექტორის წინაშე.
3. ცენტრის უფროსი:
 - ა) ცენტრს უსახავს გრძელვადიან და მოკლევადიან ამოცანებს, წარმართავს და აკონტროლებს სამუშაო გეგმებს დასახული ამოცანების მიღწევის მიზნით, პასუხისმგებელია მათ შესრულებაზე;
 - ბ) აფიქსირებს ცენტრის პოზიციას იმ საკითხებზე, რომელთა შესახებ გადაწყვეტილებას იღებს უნივერსიტეტის ხელმძღვანელობა;
 - გ) პასუხისმგებელია მის დაქვემდებარებაში მყოფი ცენტრის თანამშრომლების შეფასებაზე, წახალისებაზე, განვითარებაზე, მოტივაციაზე, დისციპლინარული ღონისძიებების ინიცირებაზე, ითანხმებს ან/და თავად განსაზღვრავს ცენტრის მიერ შესასრულებელი სამუშაოს ვადებს;
 - დ) ორგანიზებას უწევს და აკონტროლებს ცენტრის საქმიანობას, არეგულირებს და წყვეტს პროფესიულ და ორგანიზაციულ პრობლემებს, რომლებსაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ცენტრის ეფექტური მუშაობისთვის;
 - ე) ითანხმებს და პასუხისმგებელია ცენტრის მიერ შესრულებულ ფუნქციებზე, პროცედურებზე, დასკვნებზე, ანგარიშებზე და სხვადასხვა სახის აქტებზე;
 - ვ) ხელს აწერს და ვიზას ადებს ცენტრში მომზადებულ დოკუმენტებს;
 - ზ) წარუდგენს უნივერსიტეტის ხელმძღვანელობას წინადადებებს ცენტრის სტრუქტურისა და სამტატო განრიგის ოპტიმიზაციის მიზნით;
 - თ) შუამდგომლობს იმ სახსრების, მოწყობილობებისა და ინვენტარის გამოყოფის თაობაზე, რომლებიც საჭიროა ცენტრის ამოცანების შესასრულებლად;
 - ი) აკონტროლებს ცენტრის თანამშრომელთა მიერ შინაგანაწესის დაცვას;
 - კ) პასუხისმგებელია ცენტრზე დაკისრებული ამოცანებისა და ფუნქციების შესრულებაზე;
 - ლ) ახორციელებს უნივერსიტეტის მართვის ორგანოების (მმართველი სუბიექტების) სამართლებრივი აქტებით განსაზღვრულ სხვა უფლებამოსილებებს.
4. ცენტრის უფროსის მოადგილე, თავისი კომპეტენციის ფარგლებში:
 - ა) მონაწილეობს ცენტრის მიერ შესასრულებელი ამოცანების პრიორიტეტიზაციაში;
 - ბ) აკონტროლებს და ხელს უწყობს ცენტრისთვის დასახული ამოცანების მიღწევის პროცესს;
 - გ) საჭიროებისამებრ, წარმართავს კომუნიკაციას, მოსამზადებელ შეხვედრებს, მოლაპარაკებებს სხვადასხვა ორგანიზაციებთან უშუალო უფროსის დავალებით/მითითებით ან/და შესაბამისი სამართლებრივი აქტით მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში;
 - დ) ცენტრის თანამშრომლებს აძლევს რჩევებსა და რეკომენდაციებს მუშაობის ხარისხის გაუმჯობესებისა და განვითარების მიზნით;

- ე) მონაწილეობს ან თავად უწევს ორგანიზებას და კონტროლს ცენტრის საქმიანობას, არეგულირებს და წყვეტს პროფესიულ და ორგანიზაციულ პრობლემებს, რომლებსაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ცენტრის ეფექტური მუშაობისთვის;
- ვ) ხელს უწყობს ცენტრის უფროსს მისთვის განსაზღვრული ფუნქცია-მოვალეობების განხორციელების პროცესში.
5. ცენტრის უფროსის არყოფნის შემთხვევაში მის მოვალეობას ასრულებს ცენტრის უფროსის მოადგილე ან რექტორის ბრძანებით განსაზღვრული უფლებამოსილი პირი ხელფასის სათანადო სხვაობის ანაზღაურებით.
6. ცენტრის საშტატო რიცხოვნობა და რანგირება განისაზღვრება უნივერსიტეტის წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) მიერ დამტკიცებული სტრუქტურის და საშტატო ნუსხის შესაბამისად.
7. ცენტრის თანამშრომლებს თანამდებობაზე ნიშნავს და თანამდებობიდან ათავისუფლებს უნივერსიტეტის რექტორი.
8. ცენტრის თანამშრომელთა უფლებები და მოვალეობები განისაზღვრება ამ დებულებით, სამუშაოთა აღწერილობებით, უნივერსიტეტის მართვის ორგანოების (მმართველი სუბიექტების) სამართლებრივი აქტებით და საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობით.

მუხლი 4. დასკვნითი დებულებები

1. დებულება ძალაშია უნივერსიტეტის წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) მიერ მისი დამტკიცების მომენტიდან.
2. დებულება ძალადაკარგულად ითვლება ახალი დებულების დამტკიცების ან/და ცენტრის ლიკვიდაციის შემთხვევაში.