

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
(УУНиТ)

ПРИКАЗ

05.10.2026

№ 2910

Уфа

**О создании лаборатории маркетинговых исследований
Института экономики, управления и бизнеса**

На основании ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», решения Учёного совета УУНиТ от «25» июня 2026 года (протокол № 7), руководствуясь подпунктами 8 и 9 пункта 4.12 устава УУНиТ, п р и к а з ы в а ю:

1. Создать с 1 октября 2026 года лабораторию маркетинговых исследований в составе Института экономики, управления и бизнеса Уфимского университета науки и технологий.

2. Ввести в действие с 1 октября 2026 Положение о лаборатории маркетинговых исследований Института экономики, управления и бизнеса Уфимского университета науки и технологий (Приложение).

3. Управлению цифровой трансформации (Ефимов И.С.) опубликовать настоящий приказ и приложение к нему на официальном сайте УУНиТ в разделе «Сведения об образовательной организации».

4. Общему отделу в срок не позднее 2 (двух) рабочих дней с даты издания настоящего приказа:

4.1 довести настоящий приказ до сведения руководителей структурных подразделений;

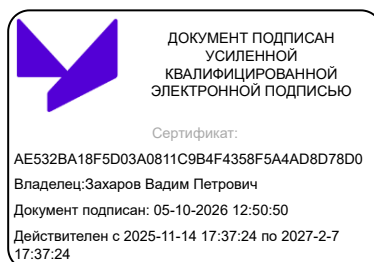
4.2 опубликовать настоящий приказ на главной странице ИСУ УУНиТ;

4.3 направить настоящий приказ в Управление цифровой трансформации для опубликования на официальном сайте УУНиТ.

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на и.о. директора ИНЭБ Гришина К.Е.

Ректор

В.П. Захаров



**ПОЛОЖЕНИЕ
О ЛАБОРАТОРИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА УФИМСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ**

1. Общие положения

1.1. Лаборатория маркетинговых исследований (далее - Лаборатория) является научно-исследовательским структурным подразделением Института экономики, управления и бизнеса (ИНЭБ) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Уфимский университет науки и технологий» (далее - Университет).

1.2. Настоящее Положение регулирует деятельность Лаборатории, определяет его задачи, функции, полномочия, структуру.

1.3. В своей деятельности Лаборатория руководствуется:

- Конституцией РФ, Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 25.04.2026) «Об образовании в Российской Федерации» и иными нормативными правовыми актами;

- Уставом УУНиТ;

- локальными нормативными актами УУНиТ;

- настоящим Положением.

1.4. Полное наименование подразделения – Лаборатория маркетинговых исследований

1.5. Лаборатория создается, реорганизуется и ликвидируется решением Ученого совета Университета.

2. Структура и управление

2.1. Лаборатория не является юридическим лицом, входит в структуру ИНЭБ, не имеет самостоятельного баланса (сметы доходов и расходов), печати и штампа установленного образца.

2.2. Трудовые обязанности работников Лаборатории, условия их труда определяются законодательством РФ, трудовыми договорами, заключаемыми с каждым работником, Правилами внутреннего трудового распорядка Университета и иными локальными нормативными актами Университета.

2.3. Общее руководство и координация деятельности Лаборатории осуществляется заведующим Лабораторией.

2.4. Заведующий Лабораторией принимается на работу и увольняется приказом ректора Университета или лица, на которое возложены данные полномочия в установленном порядке, по представлению курирующего проректора.

2.5. Заведующий Лабораторией:

– организует работу Лаборатории, несет персональную ответственность за результаты ее деятельности, за рациональную организацию труда исполнителей, состояние трудовой дисциплины и работу с кадрами, за неисполнение или нарушение требований законодательства;

– распределяет обязанности между сотрудниками;

– представляет УУНиТ в отношениях с заказчиками и партнерами по вопросам деятельности Лаборатории;

– контролирует исполнение договоров;

– вносит предложения о поощрении или дисциплинарной ответственности сотрудников;



– формирует отчеты Лаборатории: о выполненных проектах и финансовых поступлениях (ежеквартально/ежегодно) и представляет их директору ИНЭБ; годовой научно-аналитический отчет - проректору по научной работе УУНиТ.

3. Основные цели и задачи

3.1. Основные цели:

- интеграция образовательного, научного и прикладного потенциала УУНиТ в сфере маркетинга в целях формирования устойчивого экспертного центра в области маркетинговых исследований регионального уровня;
- проведение фундаментальных и прикладных маркетинговых исследований для реального сектора экономики Республики Башкортостан и РФ;
- повышение качества подготовки студентов ИНЭБ через участие в реальных проектах;
- позиционирование Лаборатории как регионального экспертного центра в области маркетинговых исследований, признанного бизнес-сообществом и органами власти Республики Башкортостан;
- развитие долгосрочной партнёрской сети с бизнес-структурами, аналитическими агентствами и органами государственного управления РБ и РФ.

3.2. Основными задачами Лаборатории являются:

- изучение рынков товаров и услуг, конкурентной среды, потребительского поведения (в т.ч. с учетом региональной специфики РБ);
- мониторинг социальных медиа и цифровой среды: анализ отзывов, репутации брендов, трендов потребительских предпочтений;
- работа с вторичными данными: сбор и анализ открытых статистических источников (Росстат, ФНС, маркетплейсы, отраслевые базы данных) для формирования информационной базы исследований;
- проведение опросов фокус-групп, таинственного покупателя, аудита точек продаж, а также глубинных интервью (IDI) — индивидуальных структурированных интервью с представителями целевых аудиторий;
- разработка, тестирование и валидация инструментария полевых исследований: анкет, топик-гайдов, протоколов наблюдения и чек-листов аудита;
- разработка маркетинговых стратегий, брендинговых концепций, программ лояльности;
- тестирование концепций новых продуктов, рекламных материалов, упаковки и ценовых предложений с применением количественных и качественных методов;
- сбор, обработка и анализ статистических данных с использованием современных инструментов (SPSS, Python, QGIS и др.);
- оценка эффективности рекламных кампаний и медиа-активности, включая атрибуцию каналов продвижения, A/B-тестирование и медиапланирование;
- картирование пути клиента (Customer Journey Map): выявление этапов взаимодействия потребителя с брендом или сервисом, барьеров, точек роста и неудовлетворённых потребностей;
- изучение ценовой чувствительности потребителей и исследование оптимального ценообразования с применением специализированных методик;
- проведение трекинговых (волновых) исследований — регулярных замеров здоровья бренда (Brand Health Tracking), уровня лояльности потребителей (NPS) и индекса потребительской удовлетворённости (CSI) по заказу предприятий РБ;
- выполнение хоздоговорных работ по заказам предприятий и организаций;
- формирование и ведение базы данных завершённых исследований Лаборатории: методология, ключевые результаты, заказчики (в обезличенном виде при необходимости);



- вовлечение студентов ИНЭБ в научно-исследовательскую деятельность (НИРС), подготовка статей, заявок на гранты, участие в конференциях;
- систематический мониторинг грантовых конкурсов в области маркетинга, региональной экономики и социологии (РНФ, региональные фонды поддержки науки РБ, федеральные программы) и подготовка соответствующих заявок;
- организация стажировок студентов в компаниях-партнерах (ПАО «Башнефть», «Уфанет», «Башкирская содовая компания», МСП РБ и др.).

4. Функции

В соответствии с возложенными задачами Лаборатория выполняет следующие функции:

4.1. Научно-исследовательские:

- разработка методик сбора и анализа данных применительно к региональным рынкам РБ, актуализация методик по результатам реализованных проектов;
- формирование аналитических отчетов и прогнозов;
- экспертиза и рецензирование маркетинговых материалов, аналитических отчетов и исследовательских проектов по запросам подразделений УУНиТ, а также внешних организаций;
- публикация результатов исследований (в т.ч. в форме рабочих тетрадей, дайджестов, аналитических записок для Правительства РБ);
- разработка и регулярный выпуск собственных исследовательских продуктов Лаборатории: отраслевых обзоров рынков Республики Башкортостан, индексов потребительской активности, тематических аналитических докладов — для формирования репутации лаборатории и привлечения внешних заказчиков.

4.2. Образовательные:

- проведение практических занятий, мастер-классов, тренингов на базе Лаборатории;
- руководство курсовыми и выпускными квалификационными работами, выполненными на реальных данных;
- организация производственной и преддипломной практики студентов ИНЭБ;
- организация профориентационных мероприятий на базе Лаборатории (открытые дни, демонстрационные исследования) для привлечения абитуриентов, заинтересованных в маркетинговой специализации;
- методическая поддержка преподавателей кафедр ИНЭБ: предоставление реальных данных и кейсов для использования в учебном процессе.

4.3. Коммерческие (приносящие доход):

- заключение договоров на выполнение маркетинговых исследований для внешних заказчиков;
- предоставление консультационных услуг в сфере маркетинга и аналитики;
- формирование и ведение базы верифицированных респондентов для проведения опросов и фокус-групп; обеспечение представительности выборки по ключевым социально-демографическим группам Республики Башкортостан;
- продвижение услуг Лаборатории: поддержка страницы на сайте УУНиТ, публикации в профессиональных сообществах, участие в выставках и форумах деловых контактов.

4.4. Экспертно-аналитические:

- подготовка заключений и справок по запросам директора ИНЭБ и администрации УУНиТ;
- участие в мониторинге удовлетворенности качеством образования (внутренний маркетинг Университета);



- участие в качестве эксперта в рабочих группах органов государственной власти РБ, Торгово-промышленной палаты, Министерства экономического развития РБ по вопросам маркетинга, потребительских рынков и конкурентной среды;
- подготовка и распространение собственных экспертно-аналитических продуктов Лаборатории, направленных на укрепление научной, деловой и общественной репутации Университета;
- мониторинг рынка образовательных услуг в сфере экономики и управления в Республике Башкортостан и соседних регионах; подготовка аналитических материалов для руководства УУНиТ.

5. Полномочия Лаборатории

5.1. Для осуществления своих функций и выполнения поставленных задач Лаборатория имеет следующие полномочия:

- запрашивать от структурных подразделений УУНиТ информацию, необходимую для выполнения задач, в установленном в Университете порядке;
- привлекать внешних экспертов на условиях гражданско-правовых договоров;
- публиковать результаты научных исследований с соблюдением условий конфиденциальности, установленных договорами с заказчиками;
- использовать оборудование, программное обеспечение и ресурсы УУНиТ в целях, предусмотренных настоящим Положением.

6. Взаимоотношения и связи с другими структурными подразделениями Университета

6.1. Взаимодействие Лаборатории с кафедрами ИНЭБ, с другими структурными подразделениями Университета, а также с внешними партнерами (бизнес-структурами РБ, аналитическими агентствами, органами власти) определяется задачами и функциями, возложенными на нее настоящим Положением.

