

Автономная некоммерческая образова-
тельная организация высшего образова-
ния Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»
Волгоградский кооперативный институт
(филиал)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Волгоградского кооперативного
института Российского университета
кооперации

Г.Н.Дудукалова

20/5 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе маркетинга
и рекламы

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Отдел маркетинга и рекламы (далее отдел) является структурным подразделением Волгоградского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, обеспечивающим организацию и координацию маркетинговой и рекламной деятельности, направленных на повышение имиджа и конкурентоспособности института.

1.2. Отдел маркетинга и рекламы в своей деятельности отдел подчиняется проректору по воспитательной и профориентационной работе института.

1.3. Отдел в своей деятельности руководствуется законами Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями правительства Российской Федерации, приказами и указаниями вышестоящих органов управления образованием; постановлениями, распоряжениями и инструктивными материалами Центросоюза РФ; Уставом, приказами и распоряжениями Российского университета кооперации; приказами и распоряжениями ректора института, решениями Ученого, Научно-методического советов, Советов по качеству, инновациям и международной деятельности по вопросам, входящим в его компетенцию, действующими нормативными документами в области организации и осуществления образовательной деятельности в учреждении высшего профессионального образования, в области управления качеством, а также настоящим Положением.

1.4. Отдел возглавляет начальник, который назначается на должность и освобождается от неё приказом ректора института.

1.5. Настоящее Положение может уточняться и дополняться по мере расширения образовательных услуг. Изменения отражаются в Листе регистрации изменений.

2. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

2.1. Основной целью отдела маркетинга и рекламы является обеспечение высокой конкурентоспособности института, а также инициация, поддержка и укрепление благоприятного имиджа института на рынке образовательных услуг.

2.2. Основными задачами являются:

2.2.1. изучение потребностей рынка труда и требований работодателей, предъявляемых к знаниям, навыкам и умениям выпускников;

2.2.2. изучение и анализ информации об образовательных услугах, предлагаемых вузами региона;

2.2.3. информационное взаимодействие института с государственными органами власти и управления, общественными организациями и средствами массовой информации;

2.2.5. заключение договоров о сотрудничестве с организациями и предприятиями различных форм собственности по вопросам, относящимся к компетенции отдела;

2.2.6. планирование и организация маркетинговой и рекламной деятельности, подготовка рекламных и информационных материалов.

3. СТРУКТУРА

3.1. В состав отдела маркетинга и рекламы входят: начальник отдела и ведущий специалист.

3.2. Обязанности, права и ответственность каждой категории работников отдела отражены в соответствующих должностных инструкциях и утверждены ректором института по представлению начальника отдела.

4. ФУНКЦИИ

4.1. *Начальник отдела* маркетинга и рекламы

4.1.1. организует текущее и перспективное планирование деятельности отдела.

4.1.2. организует и контролирует деятельность работников, входящих в состав отдела.

4.1.3. определяет функции работников, их взаимосвязь, ответственность и полномочия.

4.1.4. обеспечивает информацией, необходимой для деятельности работников отдела.

4.1.5. организует и контролирует маркетинговую и рекламную деятельность.

4.1.6. руководит подготовкой материалов на заседания Ученого совета, Советов по качеству, инновациям и международной деятельности, относящихся к компетенции отдела.

4.1.7. обеспечивает своевременность и достоверность отчетности по маркетинговой и рекламной работе, представляемые в Российский университет кооперации и государственные органы статистики.

4.1.8. участвует в разработке стратегии проведения рекламных мероприятий института в средствах массовой информации, обеспечивает и контролирует участие в отраслевых выставках, ярмарках для информирования потенциальных потребителей и расширения рынка сбыта образовательных услуг.

4.1.9. руководит подготовкой и проведением мониторинга целевой аудитории потребителей образовательных услуг (абитуриентов, студентов, выпускников).

4.1.10. руководит работой по изучению мнений потребителей о предоставляемых услугах и разработкой предложений по повышению их конкурентоспособности; готовит предложения по формированию фирменного стиля института и фирменного оформления рекламной продукции.

4.1.11. принимает участие в подготовке предложений по развитию социального партнерства в образовательной деятельности института.

4.2. *Ведущий специалист отдела:*

4.2.1. принимает техническое участие в подготовке перспективных и текущих планов представления образовательных услуг, изучении рынка труда и образовательных услуг региона;

4.2.2. принимает техническое участие в разработке маркетинговой политики института на основе анализа востребованности специалистов и прогнозирования спроса;

4.2.3. участвует в изучении мнений потребителей о предоставляемых услугах и разрабатывает меры по повышению их конкурентоспособности, готовит предложения по формированию фирменного стиля института и фирменного оформления рекламной продукции;

4.2.4. обеспечивает подготовку материалов для постоянного обновления новостного раздела сайта института;

4.2.5. разрабатывает и принимает участие в проведении рекламных кампаний института в средствах массовой информации, прямой почтовой рассылке, выставках и презентациях;

4.2.6. принимает участие в разработке печатных, аудио и видео рекламных материалов собственными силами или силами сторонних организаций, дает предложения по дизайну печатных рекламных материалов или исходную информацию для их разработки, обеспечивает пополнение запасов этих материалов;

4.2.7. анализирует эффективность проводимых рекламных кампаний;

4.2.8. готовит необходимую документацию, информационные материалы для рекламных и профориентационных мероприятий;

4.2.9. проводит маркетинговые исследования тенденций и перспектив развития рынка образовательных услуг в сфере высшего образования региона;

4.2.10. отвечает за координацию работы структурных подразделений по проведению рекламной работы;

4.2.11. принимает участие в подготовке и проведении организационных мероприятий: ярмарок вакансий, дней карьеры, презентаций предприятий и организаций;

4.2.12. организывает и участвует в проведении маркетинговых исследований и мониторинга целевой аудитории потребителей образовательных услуг (абитуриентов, студентов, выпускников);

4.2.13. готовит информационно-аналитические отчеты по результатам маркетинговых исследований;

4.2.14. участвует в информационной и рекламной деятельности, направленной на содействие трудоустройству выпускников института.

5. ПРАВА ОТДЕЛА

5.1. Получать информацию, необходимую для выполнения задач и обязанностей в соответствии с настоящим Положением, от факультетов, служб института и общественных объединений.

5.2. Привлекать специалистов всех структурных подразделений к решению задач, возложенных на отдел.

5.3. Участвовать в рассмотрении вопросов, относящихся к компетенции отдела.

5.4. Организовывать взаимодействие с представителями органов государственной власти и управления по вопросам, относящимся к направлениям деятельности отдела.

5.4. Вносить предложения о поощрении отличившихся работников или наложении взысканий на нарушителей производственной и трудовой дисциплины.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Сотрудники отдела несут ответственность за:

6.1. Ненадлежащее исполнение или неисполнение своих функций, предусмотренных настоящим Положением, в пределах, определенных действующим законодательством РФ;

6.2. Несоблюдение правил техники безопасности, производственной санитарии, противопожарной защиты и правил внутреннего распорядка института в пределах, определенных действующим законодательством РФ.

7. КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

При организации и осуществлении деятельности отдел маркетинга и рекламы устанавливает соответствующие внешние и внутренние взаимоотношения:

- со структурными подразделениями института;
- с соответствующими структурными подразделениями Российского университета кооперации;
- с образовательными учреждениями региона;
- с предприятиями и организациями системы потребительской кооперации;
- с другими учреждениями и организациями.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ

8.1. Работа отдела маркетинга и рекламы организуется в соответствии с ежегодными планами, утвержденными ректором института, и осуществляется работниками отдела согласно должностным обязанностям.

8.2. Начальник отдела лично проводит работу, направленную на повышение эффективности деятельности структурного подразделения, контролирует работу сотрудников и несет персональную ответственность за организацию работы отдела.

8.3. Структура и штат отдела утверждается ректором института по представлению начальника отдела.

8.4. Эффективность работы отдела обеспечивается соответствующим профессиональным уровнем кадрового состава, материально-техническим и информационно-техническим обеспечением.

8.5. Отдел маркетинга и рекламы находится в подчинении проректора по воспитательной и профориентационной работы.