



УТВЕРЖДАЮ

Ректор  А.В. Молодчик
(приказ № 460/1 от «29» сентября 2020 г.)

Одобрено Ученым советом
(протокол № 2 от «29» сентября 2020 г.)

ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе маркетинга и рекламы

1. Назначение и область применения

Настоящим Положением регламентируется структура, основные задачи, функции, ответственность, полномочия и взаимодействие отдела с другими подразделениями ОУ ВО «Южно-Уральский технологический университет» (далее – Университет) при осуществлении деятельности.

Установленные требования, порядок и ответственность обязательны для исполнения и применения персоналом отдела маркетинга и рекламы при выполнении работы.

2. Общие положения

Отдел маркетинга и рекламы (далее - ОМиР) является самостоятельным структурным подразделением Университета, осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством, Уставом и локально-нормативными актами Университета и подчиняется ректору.

Создание, ликвидация или реорганизация отдела осуществляется на основании приказа ректора.

Отдел возглавляется начальником, назначаемым на должность приказом ректора.

Подразделение в своей деятельности руководствуется действующим законодательством Российской Федерации и локально-нормативными актами Университета, приказами и распоряжениями ректора, настоящим положением и должностными инструкциями сотрудников ОМиР.

3. Основные задачи

Формирование положительного имиджа Университета на рынке образовательных услуг;

Обеспечение руководства и заинтересованных подразделений необходимой маркетинговой информацией, используемой для формирования рыночных стратегий; Разработка и проведение маркетинговой стратегии – комплексной системы мероприятий по планированию, ценообразованию, информационно-рекламному обеспечению реализуемых на рынке образовательных услуг.

Анализ потребительских свойств образовательных услуг и требований, предъявляемых к ней потребителями.

Разработка совместно с другими подразделениями предложений и рекомендаций по изменению характеристик и свойств образовательных услуг с целью улучшения ее потребительских качеств.

Анализ качества конкурирующих услуг, соотношений цены и качества, спроса и предложения на аналогичные виды услуг.

Исследование существующих систем продвижения образовательной продукции и услуг на рынке.

Формирования потребительского спроса на образовательную продукцию и услуги Университета.

4. Функции

Организация работ по проведению маркетинговых исследований рынка образовательной услуг, совершенствованию их ассортимента, выявлению и развитию новых потребительских свойств образовательных услуг.

Участие в составлении перспективных и текущих планов подготовки и реализации образовательной продукции и услуг.

Изучение новых рынков сбыта и потенциальных потребителей образовательных услуг.

Изучение мнения потребителей о качестве образовательных услуг, подготовка предложений по повышению конкурентоспособности Университета.

Организация сбора, изучения и анализа информации о рынке, структуре потребительского спроса, продвижении образовательных услуг, динамике цен.

Участие в проведении мероприятий для информирования потенциальных покупателей об образовательных услугах.

Участие в создании и развитии системы информационно-рекламного обеспечения продвижения продукции и услуг.

Разработка стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью различных средств рекламы.

Участие в издании и распространении буклетов, рекламных флаеров, информационно-рекламной продукции.

Сбор информации о конкурентах по объемам продаж, общей доли на рынке, репутации и известности брендов.

Выявление сильных и слабых сторон конкурентов по качеству предлагаемой ими образовательной продукции и услуг, по способам продвижения их на рынке, ценовой стратегии и политике.

Обеспечение и функционирования сайта образовательной организации www.inuесо.ru в соответствии с законодательством РФ.

Выполнение в летний период времени функций приёмной комиссии образовательной организации и полное ее функционирование «под ключ».

4. Права

Запрашивать от подразделений Университета предоставления материалов, необходимых для проведения работы, входящей в компетенцию отдела.

Вносить предложения руководству по разработке и организации новых видов образовательной продукции и услуг, их модернизации, повышению качества, конкурентоспособности.

Определять основные направления деятельности отдела; устанавливать круг приоритетных вопросов, требующих оперативного решения.

Координировать деятельность структурных подразделений Университета по организации работ в области маркетинга. Вносить рекомендации и предложения структурным подразделениям по вопросам, входящим в компетенцию отдела.

5. Ответственность

ОМиР несет ответственность за следующие показатели деятельности, выполняемые в интересах Университета:

обеспечение высокого уровня аналитико-оценочных документов, представляемых руководству и подразделениям Университета по вопросам маркетинговой деятельности и приёма в Университет;

обеспечение качества разрабатываемых рекламных материалов и проведение рекламных акций;

своевременное обеспечение подразделений Университета, требуемыми рекламными материалами;

соблюдение финансовой дисциплины и рационального расходования выделяемых отделу бюджетных ресурсов;

соблюдение правил внутреннего трудового распорядка и сохранение материальных ценностей, находящихся в пользовании сотрудников отдела;

соблюдение установленных норм и правил по охране труда, санитарно-гигиеническому режиму и пожарной безопасности;

Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных на отдел задач и функций несет начальник отдела.

Степень ответственности других работников отдела устанавливается должностными инструкциями.

Начальник ОМиР



Т.Н. Соболева

Согласовано:

Проректор по правовым вопросам



А.В. Гордикова