

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Гуманитарный институт имени П.А.Столыпина»

Одобрено
Ученым советом
НОЧУ ВО «Гуманитарный институт
имени П.А. Столыпина»
Протокол №1 от «29» августа 2019г.

Утверждено Ректор НОЧУ ВО
«Гуманитарный институт
имени П.А. Столыпина»

Е. П. Анохина



Положение
об отделе маркетинга и связей с общественностью
Некоммерческого образовательного частного учреждения высшего
образования «Гуманитарный институт имени П.А.Столыпина»

Москва
2019

1 Назначение и область применения

1.1 Положение об отделе маркетинга и связей с общественностью Некоммерческого образовательного частного учреждения высшего образования «Гуманитарный институт имени П.А.Столыпина» (далее – Положение) устанавливает статус, порядок создания, переименования, реорганизации и ликвидации отдела маркетинга и связей с общественностью (далее – Отдел) как структурного подразделения Некоммерческого образовательного частного учреждения высшего образования «Гуманитарный институт имени П.А.Столыпина» (далее – Институт), его цели, задачи, функции, права, обязанности и ответственность.

1.2 Требования настоящего Положения обязательны к применению всеми структурными подразделениями Института, должностными лицами, сотрудниками, обучающимися.

2. Нормативные ссылки

При разработке настоящего Положения использованы следующие нормативные документы:

- Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»;
- Устав Института.

3. Общие положения

1.1 Отдел находится в подчинении проректора по учебно- методической работе.

1.2 Руководство Отделом осуществляет руководитель Отдела, который назначается на должность и освобождается от неё приказом ректора Института по представлению проректора по учебно-методической работе.

1.3 Структура и штаты Отдела, а также должностные инструкции утверждаются ректором Института в соответствии с типовыми структурами и нормативами численности, а также с учётом объёма работы и особенностей Отдела.

4. Основные задачи

Отдел является структурным подразделением Института, организующим и координирующим работу по следующим приоритетным направлениям деятельности института:

4.1. Укрепление имиджа Института. Формирование у целевой аудитории единого ассоциативно-визуального образа Института.

4.2. Усиление эффекта присутствия Института в коммуникативно- информационном пространстве города и региона. Расширение информационно-коммуникативного пространства Института.

4.3. Информационное сопровождение всех направлений деятельности Института и отдельных проектов.

4.4. Маркетинговые исследования рынка образования и рынка труда. Продвижение услуг Института в области образования и науки.

5. Функции

5.1 Разработка современной маркетинговой стратегии развития Института, формирование устойчивого спроса на образовательные услуги, повышение конкурентоспособности Института, его продвижение на региональном и федеральном уровне.

5.2 Мониторинг образовательных услуг, поиск новых стратегических партнёров Института по участию в совместной профориентационной работе.

5.3 Построение системы маркетинговых коммуникаций (связь с общественностью, предприятиями, организациями, рекламное информирование и иные формы продвижения услуг).

5.4 Совершенствование фирменного стиля Института, подготовка имиджевой, информационной и сувенирной продукции. Разработка дизайна сувенирной продукции.

5.5 Мониторинг рынка сувенирной продукции в зависимости от потребностей Института, подбор ассортимента в соответствии с выделенным бюджетом, участие в подготовке и размещении заказов на закупку сувенирной продукции.

5.6 Подготовка информационных материалов для размещения на официальном сайте Института.

5.7 Мониторинг новостных интернет-ресурсов на предмет освещения новостей Института в электронных средствах массовой информации (далее – СМИ).

5.8 Организация пиар-кампаний Института, в том числе участие в выставках, Днях открытых дверей института.

5.9 Взаимодействие со средствами массовой информации по мере-приятным, проходящим в Институте.

5.10 Поддержка положительного имиджа Института посредством распространения информации о целях и задачах института в образовательной, научно-инновационной, международной, воспитательной и социальной деятельности среди целевых групп (абитуриенты, обучающиеся, сотрудники, партнеры, клиенты, городская общественность, органы власти, СМИ).

5.11 Размещение рекламной информации об Институте на различных рекламоносителях с целью привлечения абитуриентов для поступления в Институт.

5.12 Размещение материалов в справочных изданиях для поступающих, комментариев экспертов и интервью в печатных и электронных СМИ.

5.13 Участие в пресс-конференциях, практических конференциях на различных информационных площадках, включение ведущих СМИ в качестве информационных партнеров в пиар-мероприятия, организуемые Институтом.

5.14 Информационное сопровождение Дней открытых дверей института, районных ярмарок вакансий и учебных мест в Москве.

5.15 Подготовка предложений по производству печатной рекламной продукции в соответствии с потребностями Института, подготовка заказов и осуществлении контроля их выполнения.

5.16 Мониторинг СМИ для размещения рекламных материалов.

5.17 Участие в выпуске газет Института.

5.18 Информационное сопровождение всех мероприятий, проходящих в Институте (фото, видеосъемка).

5.19 Информирование СМИ, общеобразовательных и профессиональных образовательных организаций, работодателей о проводимых мероприятиях в Институте.

5.20 Информационная поддержка связей с предприятиями Москвы и Московской области, Союзом выпускников института с целью обмена информацией.

5.21 Подготовка и согласование с подразделениями Института проектов контрактов (договоров) по направлениям деятельности Отдела без проведения процедуры торгов.

5.22 Контроль исполнения заключенных контрактов (договоров) по вопросам деятельности Отдела.

5.23 Планирование и подготовка отчетов о выполненной работе.

6. Права

Для выполнения задач и функций, перечисленных в настоящем Положении, Отдел имеет право:

знакомиться с проектами решений руководящих органов Института, касающихся деятельности Отдела, участвовать в их подготовке и обсуждении;

получать от руководства Института содействие в исполнении своих функциональных обязанностей; запрашивать от других структурных подразделений института необходимую информацию в рамках деятельности Отдела;

руководитель Отдела вправе вносить предложения о поощрении отличившихся сотрудников, о наложении взысканий на нарушителей трудовой дисциплины.

7. Ответственность

Отдел в лице руководителя Отдела отвечает за:

надлежащее и своевременное выполнение функций Отдела;

соблюдение законодательства РФ;

соблюдение трудовой дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка, правил техники безопасности и пожарной безопасности.

На время отсутствия руководителя Отдела (отпуск, болезнь, командировки) его обязанности исполняет работник, назначаемый в установленном в Институте порядке, который приобретает соответствующие права и несёт ответственность за исполнение обязанностей, возложенных на него в связи с замещением.

Ответственность работников Отдела устанавливается действующим законодательством РФ и должностными инструкциями