

<p>НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ</p>	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ			
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»			
	Система менеджмента качества	Положение о подразделении	ПЛ СМК НГУЭУ 5.5.0-171.01-2024	Стр.1 из 9
	Распределение ответственности и полномочий			

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО «НГУЭУ»

П.А. Новгородов



09.09.2024

**ПОЛОЖЕНИЕ ОБ
ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ
ПЛ СМК НГУЭУ 5.5.0-171.01-2024**

Сведения о Положении

- 1 РАЗРАБОТАНО** Шевченко Е.М., начальником отдела маркетинга и продвижения
- 2 ВВЕДЕНО В ДЕЙСТВИЕ** Приказом от 09.09.2024 г. № 0603/о
- 3 ВВЕДЕНО ВПЕРВЫЕ**
- 4 ВНЕСЕНО** Отделом делопроизводства

ЭКСПЕРТНАЯ ГРУППА

Руководитель экспертной группы: Ромашин В.Н., проректор по внешним связям

Члены экспертной группы:

Гнатюк И.С., начальник отдела подбора и развития персонала

Злобина Н.В., начальник отдела кадров

Симонова Т.Ю., начальник отдела делопроизводства

Настоящий документ и изменения к нему рассылаются в структурные подразделения в течение трех дней с момента утверждения. Изменения к документу вводятся в действие приказом ректора.

1 Общие положения

1.1 Настоящее Положение регламентирует место отдела маркетинга и продвижения в организационной структуре федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ» (далее - ФГБОУ ВО «НГУЭУ», Университет), устанавливает его задачи и функции.

1.2 Действие настоящего Положения распространяется на всех работников отдела маркетинга и продвижения.

1.3 Отдел маркетинга и продвижения является структурным подразделением ФГБОУ ВО «НГУЭУ», создан для организации, реализации и развития взаимодействий ФГБОУ ВО «НГУЭУ» с внешней и внутренней средой по различным направлениям маркетинговой деятельности.

Полное наименование: Отдел маркетинга и продвижения.

Сокращенное наименование: ОМП.

1.4 Отдел маркетинга и продвижения возглавляет начальник отдела маркетинга и продвижения, который назначается и освобождается от должности приказом ректора.

Должностные обязанности, полномочия и ответственность начальника отдела маркетинга и продвижения определяются должностной инструкцией.

1.5 Начальник отдела маркетинга и продвижения непосредственно подчиняется проректору по внешним связям.

1.6 Структура и штатное расписание отдела маркетинга и продвижения утверждаются ректором по предложению руководителя структурного подразделения и по согласованию с профильным проректором.

Распределение обязанностей между работниками отдела маркетинга и продвижения осуществляет начальник отдела маркетинга и продвижения в соответствии с настоящим Положением, иными локальными правовыми актами ФГБОУ ВО «НГУЭУ» и должностными инструкциями работников отдела маркетинга и продвижения.

1.7 Отдел маркетинга и продвижения осуществляет свою деятельность в соответствии с планом работы, утвержденным в порядке, установленном локальными правовыми актами ФГБОУ ВО «НГУЭУ».

1.8 Отдел маркетинга и продвижения не имеет круглых печатей, штампов, бланков и иной атрибутики.

1.9 Отдел маркетинга и продвижения решает возложенные на него задачи во взаимодействии с другими структурными подразделениями ФГБОУ ВО «НГУЭУ».

1.10 В своей деятельности отдел маркетинга и продвижения руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, нормативными документами Минобрнауки России, иными нормативными правовыми актами, Уставом ФГБОУ ВО «НГУЭУ», Коллективным договором ФГБОУ ВО «НГУЭУ», настоящим Положением и иными локальными правовыми актами.

1.11 Отдел маркетинга и продвижения ведет служебную документацию в соответствии с утвержденной номенклатурой дел.

2 Основные задачи и функции

2.1 Отдел маркетинга и продвижения решает следующие задачи:

2.1.1 Разработка и реализация маркетинговой и коммуникационной стратегии для укрепления позиций Университета на рынке образовательных услуг и повышения конкурентоспособности образовательных программ.

2.1.2 Разработка предложений по формированию и внедрению позитивного бренда Университета, организация и проведение мероприятий по информированию об Университете и конкурентных преимуществах во внешних и внутренних российских и зарубежных целевых аудиториях:

- потенциальных потребителей образовательных и иных услуг;
- профессионального сообщества;
- представителей бизнеса, органов власти;
- обучающихся всех категорий и уровней образования, преподавателей и сотрудников

Университета.

2.1.3 Проведение исследований с целью получения различных сведений о целевых аудиториях Университета. Анализ рынка образовательных услуг и конкурентов, определение потребностей потенциальных студентов и предложение соответствующих образовательных программ и услуг.

2.1.4 Участие в заседаниях кафедр, советов факультетов, учебно-методического совета Университета, рассматривающих вопросы взаимодействия с внешними целевыми аудиториями.

2.1.5 Мониторинг отзывов и предложений от студентов, преподавателей и работодателей, а также анализ удовлетворенности качеством образовательных услуг и уровнем сервиса.

2.1.6 Взаимодействие с российскими и зарубежными рейтинговыми агентствами.

2.1.7 Выполнение представительских функций при взаимодействии со СМИ, с общественными и коммерческими организациями, а также физическими лицами, разъяснение действий и аспектов деятельности Университета в информационном поле.

2.1.8 Обеспечение работы музея в рамках коммуникационной стратегии вуза.

2.1.9 Планирование, координация и мониторинг взаимодействия ФГБОУ ВО «НГУЭУ» с ключевыми внешними аудиториями в рамках реализации стратегии развития ФГБОУ ВО «НГУЭУ» с использованием различных каналов маркетинга и коммуникации.

2.1.10 Анализ эффективности взаимодействий ФГБОУ ВО «НГУЭУ» с внешними аудиториями, разработка и внедрение рекомендаций по повышению эффективности данных взаимодействий.

По направлению реклама и маркетинг:

- 1) управление рекламными кампаниями ФГБОУ ВО «НГУЭУ», в т.ч. подрядчиками, включая разработку рекламных материалов, настройку рекламных кампаний на различных носителях и каналах коммуникации;
- 2) анализ эффективности использования каналов коммуникации для реализации задач ФГБОУ ВО «НГУЭУ», в том числе анализ эффективности расходования средств на рекламу;
- 3) размещение и контроль использования фирменного стиля ФГБОУ ВО «НГУЭУ» на различных носителях;
- 4) развитие внутреннего инфраструктурно-информационного пространства ФГБОУ ВО «НГУЭУ», в том числе контроль размещения информационных зон, табличек, навигационных конструкций, вывесок;
- 5) разработка, формирование заказов, размещение и актуализация рекламно-информационных материалов, сувенирной продукции ФГБОУ ВО «НГУЭУ» для различных площадок и целевых аудиторий;
- 6) развитие и актуализация сайта ФГБОУ ВО «НГУЭУ».

По направлению сопровождение мероприятий:

- 1) планирование и осуществление информационного сопровождения мероприятий, организуемых совместно с представителями бизнес-сообщества, предприятиями-работодателями, органами власти, средствами массовой информации, экспертным сообществом и выпускниками ФГБОУ ВО «НГУЭУ»;
- 2) оказание содействия структурным подразделениям ФГБОУ ВО «НГУЭУ» в планировании и подготовке мероприятий с участием представителей внешних целевых аудиторий;
- 3) инициирование и организация открытых просветительских проектов на базе ФГБОУ ВО «НГУЭУ» с участием представителей внешних аудиторий;
- 4) подготовка рекомендаций, руководств, регламентов и алгоритмов для структурных подразделений вуза по вопросам организации мероприятий и их информационного сопровождения;
- 5) организация работы по осуществлению заказов и распределению сувенирной продукции ФГБОУ ВО «НГУЭУ» в соответствии с регламентами и планами работы подразделений.

По направлению коммуникации и связи с общественностью:

- 1) развитие коммуникаций с различными целевыми аудиториями через СМИ, социальные медиа и иные каналы коммуникации:
 - взаимодействие со СМИ, журналистами и другими заинтересованными лицами, сопровождение их при посещении Университета, подготовка пресс-релизов, создание информационных поводов об Университете;
 - осуществление мониторинга СМИ;
 - информационное сопровождение, осуществление фото-, видеосъемки и оперативного освещения в новостной ленте сайта Университета и в СМИ важнейших мероприятий, проводимых в Университете;

- пополнение и поддержка общеуниверситетского банка мультимедийных ресурсов;
- ведение официальных сообществ Университета в социальных сетях и наполнение их актуальным контентом;

2) планирование и осуществление информирования внешних аудиторий о возможностях участия в образовательном процессе ФГБОУ ВО «НГУЭУ»;

3) развитие и информационное наполнение информационных ресурсов ФГБОУ «ВО НГУЭУ», в том числе сообществ Университета в социальных медиа, новостных лентах вуза;

4) организация работы по поддержке актуальности разделов сайта ФГБОУ «ВО НГУЭУ»;

5) осуществление деловых коммуникаций в рамках реализации задач ФГБОУ «ВО НГУЭУ»;

6) подготовка рекомендаций, руководств, регламентов и алгоритмов для структурных подразделений вуза по вопросам взаимодействия с внешними аудиториями с использованием различных каналов коммуникации;

7) внесение предложений по улучшению организации и повышению эффективности взаимодействия ФГБОУ «ВО НГУЭУ» с внешними целевыми аудиториями;

8) обеспечение информационного сопровождения деятельности ФГБОУ ВО «НГУЭУ» в средствах массовой информации;

9) организация экспертных комментариев работников и НПР ФГБОУ ВО «НГУЭУ» по запросам средств массовой информации.

2.2. Отдел маркетинга и продвижения выполняет следующие функции:

2.2.1 разработка программных документов, планов работы ФГБОУ «ВО НГУЭУ» в целом и его структурных подразделений в области реализации маркетинговой и коммуникационной политики вуза;

2.2.2 участие в разработке и реализации стратегических планов развития вуза, определение приоритетных направлений деятельности и формирование маркетинговых стратегий для их достижения.

2.2.3 формирование отчетов по результатам деятельности отдела маркетинга и продвижения;

2.2.4 участие в заседаниях кафедр, советов факультетов, учебно-методического совета Университета, рассматривающих вопросы взаимодействия с внешними целевыми аудиториями;

2.2.5 формирование отчетов по результатам деятельности отдела маркетинга и продвижения;

2.2.6 разработка, анализ и систематизация локальных нормативно-правовых документов, регламентирующих взаимодействие Университета с внешней средой;

2.2.7 инициирование заключения договоров с внешними организациями о сотрудничестве, а также мониторинг работы структурных подразделений Университета по заключению договоров с внешними организациями о сотрудничестве.

Ответственный разработчик:

Начальник отдела маркетинга и продвижения _____ Е.М. Шевченко

Лист регистрации изменений (исправлений и дополнений)

Наименование документа: _____

Утверждено: _____

№ п/п	Раздел, страница	Изложение внесенных в документ изменений <i>(исправление или дополнение в следующей редакции)</i>

