

СПб ГУТ)))	МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича» (СПбГУТ)
	СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
СМК-ПСП-2021	ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ



ТВЕРЖДАЮ
Ректор СПбГУТ

С.В. Бачевский

01.04.2021

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

1.3.04.3 ПСП-2021

Версия 2.0

Экз. № 2

Санкт-Петербург
2021

1 Общие положения

1.1. Положение составлено в соответствии с требованиями ГОСТ ISO 9001-2015 и документов системы менеджмента качества СПбГУТ.

1.2. Статус структурного подразделения Управление маркетинга и рекламы (Управление, УМиР) - Управление (в соответствии с Уставом, организационной структурой и штатным расписанием университета).

1.3. Управление подчиняется проректору по воспитательной работе и связям с общественностью СПбГУТ.

1.4. Управление возглавляет начальник, который назначается и освобождается от должности приказом ректора университета.

1.5. Управление создается, ликвидируется, изменяет профиль и название приказом ректора университета.

1.5. Работа управления регламентируется действующей нормативно-правовой базой Российской Федерации, локальными нормативными правовыми актами СПбГУТ, настоящим Положением.

2 Основные задачи

Исходя из миссии и стратегических целей СПбГУТ, деятельность Управления направлена на формирование политики университета в области маркетинга образовательных услуг, укрепление позиций университета на рынке образовательных услуг, обеспечение общественных связей университета с государственными и общественными структурами, предприятиями отрасли связи и телекоммуникаций, реализацию комплекса мероприятий по выполнению плана приема.

Основными задачами Управления являются:

2.1. Разработка и реализация современной и эффективной маркетинговой стратегии для достижения средне- и долгосрочных целей университета.

2.2. Разработка и реализация системы мероприятий по формированию, развитию и продвижению бренда университета, укреплению имиджа университета как современного инновационного вуза в лице потребителей образовательных услуг,

представителей профессионального сообщества, бизнеса и власти.

2.3. Совершенствование рекламной и PR-политики университета, с целью формирования его положительного имиджа и широкой известности в стране и за рубежом.

2.4. Формирование, на основе изучения инновационного опыта в сфере образования, новых приоритетов развития университета и разработка конкретных предложений для их достижения.

2.5. Сбор и систематизация информации об образовательных услугах, научной и коммерческой продукции университета с целью их дальнейшей популяризации.

2.6. Обеспечение единой политики университета в осуществлении маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг.

2.7. Развитие корпоративной культуры университета посредством формирования и сохранения фирменного стиля, популяризации его среди сотрудников университета.

2.8. Разработка и реализация рекламных кампаний по продвижению образовательных услуг среди потенциальных абитуриентов СПбГУТ.

2.9. Развитие корпоративных информационных ресурсов (газета «Связист.spb.», официального портала sut.ru, новостная лента на видеопанелях и др.).

2.10. Развитие и продвижение ассоциации выпускников СПбГУТ.

2.11. Мониторинг СМИ и интернет ресурсов с целью выявления освещения деятельности университета, формирования и сохранения имиджа университета, актуализации информации о деятельности СПбГУТ.

2.12. Оказание консультативной помощи структурным подразделениям университета по вопросам реализации маркетинговой стратегии университета.

2.13. Разработка и реализация эффективных маркетинговых проектов и программ, направленных на долговременное привлечение новых партнеров и клиентов, увеличение объемов услуг основного и дополнительного образования.

3 Организационная структура

3.1. Структура и штатная численность Управления устанавливается руководством университета с учетом возложенных на управление задач. Штатное расписание управления утверждается в установленном в университете порядке.

3.2. Управление возглавляет начальник управления. В административном порядке начальник Управления подчиняется проректору по воспитательной работе и связям с общественностью СПбГУТ. Начальнику управления непосредственно подчиняются все сотрудники управления.

3.3. Работники управления выполняют свои функции в соответствии с должностными инструкциями на основе трудового договора.

3.4. Прием на работу и освобождение от занимаемых должностей осуществляется ректором СПбГУТ по представлению начальника Управления в соответствии с трудовым законодательством и трудовым договором.

3.5. Должностные оклады работников Управления устанавливаются в соответствии с действующей системой оплаты труда. Надбавки к должностным окладам устанавливаются в соответствии с действующим в университете положением.

4 Функции

Управление маркетинга и рекламы выполняет следующие, закрепленные за ним, виды управленческой, образовательной, научно-исследовательской и производственно-хозяйственной деятельности.

4.1. Взаимодействие с внешней средой университета в сфере образовательных услуг, с заказчиками и потребителями этих услуг на основе каналов маркетинговых коммуникаций и с учетом их постоянного развития.

4.2. Анализ, оценка и разработка предложений по развитию внутренней и внешней маркетинговой среды университета.

4.3. Информирование общественности, потребителей образовательных услуг, сотрудников университета о различных аспектах деятельности университета через средства массовой информации и внутренние информационные ресурсы.

4.4. Проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, потребительского мониторинга качества образовательных услуг университета.

4.5. Подготовка для руководства университета аналитических, информационных и других материалов по вопросам позиционирования университета на рынке образовательных услуг, удовлетворенности потребителей образовательными услугами университета.

4.6. Организация взаимодействия с рекламодателями, предприятиями и организациями по вопросам продвижения образовательных услуг.

4.7. Организация и участие в проведении выставочных мероприятий, направленных на продвижение образовательных услуг университета и укрепление бренда вуза.

4.8. Создание благоприятных информационных поводов, организация PR-мероприятий, направленных на укрепление позиций университета на рынке образовательных услуг.

4.9. Проведение работ по информационному обеспечению и дизайну портала университета, управление и координация деятельности структурных подразделений университета в части работы с сайтом университета.

4.10. Издание корпоративной газеты университета «Связист.spb».

4.11. Комментарий официальной позиции руководства для СМИ.

4.12. Разработка и поддержание фирменного стиля СПбГУТ.

4.13. Разработка рекламно-сувенирной продукции СПбГУТ, печатных рекламно-информационных материалов о деятельности университета и его образовательных услугах.

4.14. Разработка и совершенствование стратегии продвижения ассоциации выпускников СПбГУТ.

4.15. Организация и проведение мероприятий, реализация проектов, направленных на реализацию стратегии продвижения ассоциации выпускников.

4.16. Организация привлечения выпускников СПбГУТ к вступлению в ассоциацию и активному сотрудничеству.

4.17. Организация работы с рекламодателями, заключение договоров на размещение рекламно-информационных материалов в университете, контроль за размещаемой в университете рекламой.

4.18. Разработка и реализация проектов, направленных на развитие каналов маркетинговых коммуникаций.

4.19. Разработка предложений по развитию спектра образовательных услуг университета.

4.20. Руководство практиками и стажировками студентов.

Управление маркетинга и рекламы участвует в реализации процессов и процедур системы менеджмента качества согласно руководству по качеству.

5 Обязанности

5.1. Начальник управления обязан обеспечить добросовестное и своевременное выполнение функций, возложенных на Управление.

5.2. Начальник управления обязан обеспечить соблюдение действующего законодательства, выполнение приказов и указаний руководства университета, предоставление достоверной информации о работе Управления.

5.3. Сотрудники управления обязаны выполнять возложенные на них функции в порядке и объеме, установленными соответствующими должностными инструкциями.

6 Права

Для осуществления возложенных на Управление функций и обязанностей подразделение наделено следующими правами:

6.1. Делать запросы и получать информацию от структурных подразделений и должностных лиц университета, необходимую для реализации задач Управления.

6.2. Самостоятельно принимать решения при выборе путей выполнения поставленных задач в сфере внутренней работы Управления.

6.3. Привлекать к работе Управления сотрудников других подразделений университета по согласованию с руководством университета и руководителями подразделений.

6.4. Инициировать проведение общеуниверситетских мероприятий по направлению деятельности управления.

6.5. Вносить предложения руководству университета по вопросам, входящим в сферу деятельности Управления.

6.6. Вести переписку со сторонними организациями по вопросам, отнесенным к компетенции управления.

6.7. Представлять университет в сторонних организациях по вопросам, отнесенным к компетенции Управления.

6.8. Использовать технические средства и помещения, необходимые для организации работы Управления.

7 Взаимоотношения. Связи

В таблице приведено описание взаимоотношений подразделений на уровне информационных и документационных потоков, обусловленных функциональными особенностями подразделений:

Наименование подразделения и/или должностного лица	Получение	Предоставление
Внешние организации		
Предприятия – партнеры университета	Предложения о взаимовыгодном сотрудничестве, спонсорской помощи и т.п.	Информационная поддержка. Партнерские программы. Предложения участия в программах, проектах и мероприятиях.
Учебное методическое объединение на базе МТУСИ.	Предложения о сотрудничестве.	Информационная и организационная поддержка проводимых мероприятий УМО.
Рекламные агентства, предприятия и организации. Менеджеры по работе с клиентами рекламных организаций	Предложения о проведении рекламных компаний, изготовления рекламной продукции	Описания рекламных продуктов.

Должностные лица и подразделения университета

Ректор университета	Распоряжения	Результаты
Подразделения университета	Запросы на информационную, и/или рекламную, и/или организационную поддержку.	Формирование на сайте университета новостей и событий. Реализованные рекламные компании. Планы, сценарии мероприятий.

8 Оценка работы и ответственность

Показатели, по которым оценивается деятельность структурного подразделения, и ответственность структурного подразделения за ненадлежащее выполнение задач и функций на него возложенных:

- количество и качество маркетинговых мероприятий университета;
- уровень известности бренда университета;
- динамика востребованности образовательных услуг университета;
- уровень информированности потребителей и общественности о деятельности университета;
- доля СПбГУТ на рынке образовательных услуг;
- удовлетворенность потребителей образовательными услугами вуза.

Начальник УМиР


подпись


инициалы, фамилия

дата

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по воспитательной работе
и связям с общественностью

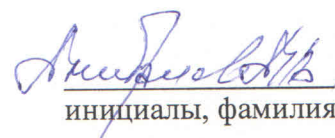

подпись


инициалы, фамилия

дата

Начальник юридического отдела


подпись


инициалы, фамилия

дата

Начальник АКУ


подпись


инициалы, фамилия

дата