

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего
профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М.А. Бонч-Бруевича»**

«Утверждато»

И.о. ректора, профессор С.В. Бачевский

«2012» июня 2012 года

ПОЛОЖЕНИЕ

об управлении маркетинга и рекламы

Содержание

1 Общие положения	3
2 Задачи	3
3 Структура	4
4 Функции	4
5 Права	5
6 Ответственность	5
Лист ознакомления сотрудников	7

1 Общие положения

1. 1 Управление маркетинга и рекламы (далее Управление) – является структурным подразделением Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича (далее университет, СПбГУТ).

1. 2 Управление создается, ликвидируется, изменяет профиль и название приказом ректора университета.

1. 3 Работа управления регламентируется:

- Конституцией РФ;
- Федеральным Законом "О высшем и послевузовском профессиональном образовании" от 22 августа 1996 года № 125-ФЗ (с изменениями на 1.09.07 г.);
- Типовым положением об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении) Российской Федерации (Утверждено Постановлением Правительства РФ от 14 февраля 2008 г. N 71);
- Трудовым Кодексом Российской Федерации (Утвержден Президентом РФ 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ);
- Федеральными законами, указами и распоряжениями Президента РФ, постановлениями и распоряжениями Правительства РФ, приказами и инструктивными документами Министерства образования и науки РФ;
- Уставом университета;
- приказами и распоряжениями ректора;
- решениями Ученого совета;
- нормативно-правовыми актами по направлению деятельности;
- настоящим Положением;
- инструкцией по делопроизводству.

1. 5 Управление возглавляет начальник, который назначается и освобождается от должности приказом ректора университета.

1. 6 Управление решает возложенные на него задачи во взаимодействии с руководством университета, факультетами, кафедрами, филиалами и др. подразделениями университета,ключенными в организационную структуру СПбГУТ.

2 Задачи

Исходя из стратегических целей и миссии 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 работы 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, профессионального сообщества, бизнеса, власти.

2.3 Разработка эффективной 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 рекламной кампании 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 Мониторинг СМИ и интернет ресурсов с целью выявления освещения деятельности университета, формирования и сохранения имиджа университета, актуализации информации о деятельности СПбГУТ.

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

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

3 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 ректору 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

Основными функциями управления являются:

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

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

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

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

4.16 Разработка предложений по развитию спектра образовательных услуг университета.

Основными показателями работы Управления являются:

- 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;

5 Права

5.1 Запрашивать и получать информацию от структурных подразделений и должностных лиц университета, необходимую для реализации задач управления.

5.2 Самостоятельно принимать решения при выборе путей выполнения поставленных задач в сфере внутренней работы управления.

5.3 Привлекать к работе управления сотрудников других подразделений университета по согласованию с руководством университета и руководителями подразделений.

5.4 Инициировать проведение общеуниверситетских мероприятий по направлению деятельности управления.

5.5. Вносить предложения руководству университета по вопросам, входящим в сферу деятельности управления.

5.6 Вести переписку со сторонними организациями по вопросам, отнесенными к компетенции управления.

5.7 Представлять университет в сторонних организациях по вопросам, отнесенными к компетенции управления.

5.8 Использовать в своей работе технические средства и помещения, необходимые для организации работы управления.

6 Ответственность

6.1 Начальник управления несет ответственность за добросовестное и своевременное выполнение функций, возложенных на управление.

6. 2 На начальника управления возлагается ответственность за соблюдение действующего законодательства, выполнение приказов и указаний руководства университета, предоставление достоверной информации о работе управления.

6. 3 Сотрудники управления несут ответственность в порядке и объеме, установленными соответствующими должностными инструкциями.

Положение разработано:

Начальник УМиР

И.А. Алексеенко

СОГЛАСОВАНО:

Начальник юридического отдела

Е.Б. Яровая