

<b>СПб ГУТ )))</b>	<b>МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</b>
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича» (СПбГУТ)
	СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
<b>СМК-ПСП-2026</b>	<b>ПОЛОЖЕНИЕ О СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ</b>

УТВЕРЖДАЮ  
 И.о. ректора СПбГУТ  
  
**А.В. Абилов**  
 20.04.2026



СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

**ПОЛОЖЕНИЕ  
ОБ ОТДЕЛЕ РЕКЛАМЫ**

Версия 1.0

Санкт-Петербург, 2026

## **1. Общие положения**

1.1. Настоящее положение об отделе рекламы (далее – Положение) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича» (далее – СПбГУТ, Университет) разработано в целях повышения эффективности деятельности работников отдела рекламы в соответствии с требованиями действующего законодательства России, ГОСТ ИСО 9001-2015 и документов системы менеджмента качества СПбГУТ.

1.2. Настоящее Положение определяет основы деятельности, задачи, функции, права и ответственность отдела рекламы.

1.3. Отдел рекламы (далее – отдел) является структурным подразделением Управления маркетинга и рекламы (далее – УМиР) и подчиняется непосредственно начальнику УМиР.

1.4. Отдел руководствуется в своей деятельности Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, международными договорами России, нормативно-правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, а также уставом СПбГУТ, настоящим Положением и иными локальными нормативными актами Университета.

1.5. Отдел осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими структурными подразделениями Университета, а также – в пределах своей компетенции – со сторонними организациями (типографиями, производственными компаниями и др.).

## **2. Организация и структура отдела**

2.1. Штатное расписание и организационно-штатная структура отдела утверждаются приказом ректора, исходя из условий и особенностей деятельности, по представлению начальника УМиР.

2.2. Возглавляет отдел начальник, к прямой компетенции которого относится выполнение всех возложенных на отдел в соответствии с настоящим Положением функций и задач.

2.3. Начальник отдела назначается и освобождается от должности приказом ректора по представлению начальника УМиР.

2.4. Начальник отдела несет персональную ответственность за работу отдела перед начальником УМиР.

2.5. Указания и требования начальника отдела в пределах компетенции,

закрепленной его трудовым договором и должностной инструкцией, связанные с работой отдела, для работников отдела являются обязательными к исполнению.

2.6. Осуществляя руководство работниками, начальник отдела обязан:

- проявлять к подчиненным высокую требовательность, принципиальность в сочетании с уважением личного достоинства, признавая право работников иметь собственные профессиональные суждения;
- устанавливать справедливую, равномерную служебную нагрузку на работников;
- помогать работникам при возникновении у них каких-либо затруднений, оказывать морально-психологическую помощь и поддержку, вникать в запросы и нужды;
- регулировать взаимоотношения в служебном коллективе на основе принципов и норм профессиональной этики: рассматривать без промедления факты нарушения и принимать по ним объективные решения.

2.7. Работники отдела назначаются и освобождаются от должности приказом ректора по представлению начальника отдела, согласованному с начальником УМиР.

2.8. Квалификационные требования, функциональные обязанности, права, ответственность работников отдела регламентируются их должностными инструкциями, утверждаемые ректором.

### **3. Основные задачи отдела**

Основными задачами отдела являются:

3.1. Разработка и реализация рекламной стратегии, планирование рекламных кампаний.

3.2. Организация разработки и производства рекламной продукции.

3.3. Проведение анализа эффективности рекламных кампаний.

3.4. Координация взаимодействия с подрядчиками и структурными подразделениями Университета.

### **4. Функции отдела**

В соответствии с возложенными на него задачами отдел осуществляет следующие функции:

4.1. В целях выполнения задачи 3.1:

4.1.1. Разрабатывает рекламную стратегию Университета, включая определение целей, целевых аудиторий, ключевых сообщений и каналов коммуникации.

4.1.2. Разрабатывает и реализует рекламные кампании по продвижению образовательных услуг среди потенциальных абитуриентов Университета (включая приёмные кампании, дни открытых дверей, профориентационные мероприятия).

4.1.3. Продвигает образовательные услуги, научную и коммерческую продукцию Университета посредством планирования и размещения рекламы в традиционных и цифровых каналах (наружная реклама, ТВ, радио, интернет, социальные сети).

4.1.4. Формирует медиапланы и бюджеты рекламных кампаний, контролирует их исполнения.

#### 4.2. В целях выполнения задачи 3.2:

4.2.1. Организует разработку и изготавливает рекламно-информационную продукцию (полиграфическую, сувенирную, цифровую, видеоролики, презентационные материалы).

4.2.2. Подготавливает технические задания для подрядных организаций и контролирует качество готовой рекламной продукции.

4.2.3. Обеспечивает соблюдение брендбука и единого визуального стиля Университета во всех рекламных материалах.

4.2.4. Обеспечивает привлечение спонсоров и партнеров для финансирования мероприятий, проводимых Университетом, в том числе путём подготовки спонсорских пакетов и рекламных интеграций.

#### 4.3. В целях выполнения задачи 3.3:

4.3.1. Контролирует и анализирует ключевые показатели рекламных кампаний (охват, частота, стоимость контакта, конверсия, стоимость привлечения абитуриента).

4.3.2. Подготавливает отчёты о результатах рекламной деятельности с выводами и рекомендациями по оптимизации.

4.3.3. Проводит маркетинговые исследования рынка образовательных услуг и рекламных каналов для выбора наиболее эффективных инструментов.

4.3.4. Оценивает влияния рекламных кампаний на достижение стратегических показателей Университета (количество заявок от абитуриентов, узнаваемость бренда, имиджевые метрики).

#### 4.4. В целях выполнения задачи 3.4:

4.4.1. Организует взаимодействие с рекламными агентствами, медийными площадками, производителями рекламной продукции и иными контрагентами (заключение договоров, контроль исполнения, приёмка работ).

4.4.2. Координирует рекламную деятельность структурных подразделений Университета (факультетов, кафедр, управлений), оказывает им консультативную и методическую помощь.

4.4.3. Участвует в организации и проведении мероприятий Университета (дни открытых дверей, конференции, выставки, форумы) в части их рекламного сопровождения.

4.4.4. Обеспечивает коммуникации с партнерами и спонсорами по вопросам совместных рекламных проектов и интеграций.

Требование выполнения функций, не имеющих отношения к задачам отдела, не допускается.

## **5. Права работников отдела**

Работники отдела имеют следующие права:

5.1. Запрашивать от любых должностных лиц и структурных подразделений любую информацию, необходимую им для выполнения своих должностных обязанностей.

5.2. Пользоваться в установленном порядке бухгалтерской, бюджетной, статистической и иной отчетностью СПбГУТ по вопросам, входящим в компетенцию отдела.

5.3. Издавать в пределах своей компетенции инструктивные документы и готовить проекты распорядительных документов.

5.4. Привлекать с согласия руководителей структурных подразделений работников иных подразделений для осуществления мероприятий, проводимых отделом в соответствии с возложенными на него задачами.

5.5. Вести переписку (в том числе с использованием электронных каналов связи) и представлять в установленном порядке от имени СПбГУТ, по согласованию с ректором или лицом, его замещающим.

5.6. Начальник отдела вправе принимать участие в совещаниях, проводимых по вопросам, связанным с деятельностью отдела.

Работники отдела имеют также и иные права, закрепленные в их должностных инструкциях.

## **6. Взаимодействие с другими подразделениями**

Для реализации задач и выполнения функций отдел осуществляет взаимодействие с другими подразделениями Университета:

<i>Подразделение</i>	<i>Отдел предоставляет</i>	<i>Отдел получает</i>
Ректорат	Отчеты о рекламной деятельности, предложения по продвижению	Стратегические задачи и приоритеты развития
Приемная комиссия	Рекламные материалы для абитуриентов, информационная поддержка приемной кампании,	Информация о правилах приема и образовательных программах, данные о целевой аудитории

	продвижение мероприятий	
Факультеты и институты	Консультации по рекламной деятельности, разработка и размещение рекламных материалов, продвижение образовательных программ	Информация об образовательных программах, мероприятиях, достижениях, заявки на рекламное сопровождение.
PR-отдел	Рекламные материалы и кампании, согласование визуальных и информационных материалов	Информационные поводы, новости, пресс-релизы, согласование коммуникационной политики
Управление международного сотрудничества	Продвижение международных программ, рекламные материалы для иностранных абитуриентов	Информация о международных программах, партнерствах, мероприятиях
Учебно-методическое управление	Информационная поддержка образовательных программ	Актуальная информация об образовательных стандартах и программах
Департамент экономики и финансов	Обоснования рекламных расходов, отчетность по затратам	Бюджетные лимиты, согласование расходов
Управление информатизацией	Требования к размещению рекламы на цифровых ресурсах	Техническая поддержка сайта, цифровых платформ и рекламных размещений
Юридическая служба	Материалы для правовой экспертизы рекламной продукции	Заключения по соответствию рекламных материалов законодательству

## 7. Ответственность работников отдела

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

7.2. На начальника отдела возлагается персональная ответственность за:

- соблюдение действующего законодательства Российской Федерации в деятельности отдела;
- выполнение возложенных на отдел функций и задач в полном объеме;
- соблюдение работниками отдела производственной и трудовой дисциплины;
- качество и соответствие фирменному стилю всей выпускаемой отделом продукции;
- предоставление в установленном порядке достоверной информации о деятельности отдела.

7.3. Степень ответственности других работников отдела устанавливается их должностными инструкциями и ограничена прямым действительным ущербом в соответствии с действующим трудовым законодательством России при условии наличия их прямой вины.