

ПОЛОЖЕНИЕ
об отделе маркетинга
федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее положение об Отделе маркетинга федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации» (далее также – Академия) разработано в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, уставом и иными локальными нормативными актами Академии, определяет организационные и правовые основы деятельности Отдела маркетинга Академии, его задачи, функции и порядок организации работы.

1.2. Отдел маркетинга является структурным подразделением Академии, созданным в целях обеспечения популяризации знаний об Академии, разработки и реализации мероприятий, способствующих развитию и повышению конкурентоспособности Академии посредством осуществления маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и уставными целями Академии.

1.3. В своей деятельности Отдел маркетинга руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, нормативными правовыми актами и методическими материалами, касающимися маркетинговой и рекламной деятельности, уставом и иными локальными нормативными актами Академии, приказами и распоряжениями ректора Академии и директора, курирующего работу Отдела маркетинга, или иных уполномоченных лиц.

1.4. Координацию и контроль деятельности Отдела маркетинга осуществляет в соответствии с приказом Академии директор по развитию.

1.5. Полное наименование структурного подразделения – Отдел маркетинга.

1.6. В состав Отдела маркетинга входят группы по основным направлениям его деятельности.

1.7. Квалификационные требования, предъявляемые к работникам Отдела маркетинга, регламентируются должностными инструкциями, утверждаемыми в установленном Академией порядке.

1.8. Отдел маркетинга осуществляет свою деятельность как самостоятельно, так и во взаимодействии с другими структурными подразделениями Академии, органами и организациями, физическими лицами.

2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

2.1. Основными задачами Отдела маркетинга являются:

2.1.1. Изучение, анализ и прогнозирование положения Академии на рынке образовательных услуг, включая проведение комплекса маркетинговых исследований внутренней и внешней среды, изучение факторов, определяющих интерес или его отсутствие к деятельности Академии.

2.1.2. Разработка и реализация маркетинговой стратегии Академии, включая формирование долгосрочных и краткосрочных планов продвижения, определение целевых сегментов, позиционирование бренда Академии на рынке образовательных услуг.

2.1.3. Изучение рынка образовательных услуг, целевой аудитории и ее предпочтений, современных тенденций и перспектив развития высшего образования и дополнительного профессионального образования, включая сферу подготовки кадров для внешнеэкономической деятельности, а также дополнительного образования детей и взрослых, выявление уникальных преимуществ образовательных услуг Академии, разработка мер по укреплению рыночных позиций Академии.

2.1.4. Определение стратегии и разработка концепции формирования имиджа Академии, развитие корпоративной идентичности, соблюдение единого корпоративного стиля в области коммуникаций.

2.1.5. Координация деятельности структурных подразделений Академии в части разработки стандартов качества маркетинговой составляющей их деятельности.

2.1.6. Решение иных задач по поручению ректора Академии или иного уполномоченного лица.

3. ФУНКЦИИ

3.1. В соответствии с возложенными основными задачами Отдел маркетинга осуществляет следующие функции:

3.1.1. Организует процесс маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, включая сбор первичной информации (проведение анкетирования, опросов, интервью), анализ вторичной информации, конкурентный анализ, сегментирование аудиторий, изучение потребностей абитуриентов и работодателей, мониторинг современных тенденций и перспектив развития высшего образования, дополнительного профессионального образования и сферы международного бизнеса, включая сферу подготовки кадров для внешнеэкономической деятельности, дополнительного образования детей и взрослых, и формирование рекомендаций на основе проведенных исследований.

3.1.2. Осуществляет формирование и ведение системы маркетинговой информации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности Академии на рынке образовательных услуг, обеспечивает руководство Академии необходимой маркетинговой информацией в интересах разработки стратегии и тактики развития Академии.

3.1.3. Участвует в разработке и реализации стратегии развития Академии, включая бренд-стратегию, стратегию продвижения, маркетинговые активности и план маркетинговых мероприятий, в контроле реализации стратегии развития Академии.

3.1.4. Формирует и реализует маркетинговую стратегию, долгосрочные и краткосрочные планы продвижения, включая медиапланирование и выбор оптимальных каналов (средств) продвижения, выстраивает позиционирование Академии с использованием доступных маркетинговых инструментов в целях осуществления

комплекса мероприятий, направленных на развитие бренда Академии на рынке образовательных услуг.

3.1.5. Управляет созданием, внедрением и поддержанием единого корпоративного стиля Академии, разработкой рекламно-информационных материалов и имиджевой продукции Академии (сувенирно-полиграфическая продукция, презентационные материалы, прочее), организует размещение рекламно-информационных материалов в различных информационных ресурсах.

3.1.6. Реализует стратегию продвижения Академии в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет), в том числе осуществляет рассылки электронных сообщений, разрабатывает и проводит кампании по таргетированной и контекстной рекламе для привлечения потенциальных абитуриентов, курирует создание образовательного контента (информационно значимого наполнения информационных ресурсов (официальный сайт Академии и официальные аккаунты Академии в сети Интернет, иное) (статьи, видео, подкасты (аудио – и (или) видеоконтент), графика, прочее).

3.1.7. Разрабатывает предложения по бюджетированию маркетинговых активностей и представляет их на рассмотрение руководству Академии в установленном порядке, принимает участие в формировании бюджета Академии в рамках установленной сферы деятельности Отдела маркетинга.

3.1.8. Осуществляет консультационную поддержку и координирует деятельность структурных подразделений Академии в части ее маркетинговой политики и реализации мероприятий (проектов, программ, др.), направленных на продвижение и обеспечение стабильного конкурентного преимущества Академии на рынке образовательных услуг.

3.1.9. Планирует, организует и реализует информационные кампании для потенциальных абитуриентов (дни открытых дверей, профориентационные мероприятия, вебинары (онлайн-встречи), иные маркетинговые активности), участвует в образовательных выставках, фестивалях и ярмарках.

3.1.10. Обеспечивает документационное сопровождение маркетинговых активностей Академии в соответствии с действующими медиапланами, организует и контролирует выполнение указанных планов, в том числе осуществляет подбор ответственных участников (исполнителей) и контроль реализации ими маркетинговых активностей по соответствующим направлениям деятельности Отдела маркетинга.

3.1.11. Проводит в Академии сбор и анализ данных об эффективности маркетинговых активностей (конверсия, охват, стоимость привлечения абитуриента) и каналов (средств) продвижения, оценку качества проведения рекламных кампаний, осуществляет подготовку отчетов о результатах маркетинговой деятельности, а также проводит анализ результатов приемных кампаний Академии.

3.1.12. Участвует в запуске новых образовательных, культурных, инновационных, социальных и иных проектов (мероприятий) Академии.

3.1.13. Осуществляет взаимодействие с организациями и (или) физическими лицами в интересах Академии по вопросам осуществления маркетинговой деятельности.

3.1.14. Реализует взаимодействие с приемной комиссией Академии по вопросам продвижения и набора лиц на обучение по образовательным программам высшего образования, с работниками факультетов и кафедр для актуализации информации об образовательных программах, а также с профильными структурными подразделениями Академии по информационным поводам.

3.1.15. Участвует в планировании и подготовке документов к процедуре закупки товаров, работ, услуг для нужд Отдела маркетинга, обеспечивает сопровождение соответствующих договоров на выполнение работ и оказание услуг в рамках решения маркетинговых задач.

3.1.16. Проводит мониторинг законодательства Российской Федерации по вопросам, отнесенным к компетенции Отдела маркетинга.

3.1.17. Осуществляет разработку проектов локальных нормативных актов, распорядительных и иных документов и материалов по вопросам деятельности Отдела маркетинга.

3.1.18. Готовит текущую и отчетную документацию по направлениям деятельности Отдела маркетинга, участвует в формировании статистической и иных форм отчетности в пределах компетенции Отдела маркетинга.

3.1.19. Обеспечивает осуществление внутреннего финансового контроля (мониторинга) маркетинговой деятельности Академии.

3.1.20. Осуществляет организацию и ведение делопроизводства Отдела маркетинга по вверенным направлениям деятельности, организует и обеспечивает хранение и сохранность документов структурного подразделения в установленном порядке, в том числе печатных и электронных фото- и видео-, иных материалов.

4. РУКОВОДСТВО ОТДЕЛОМ МАРКЕТИНГА

4.1. Непосредственное руководство Отделом маркетинга осуществляет начальник Отдела, который назначается на должность по представлению директора по развитию и освобождается от должности приказом Академии.

4.2. Начальник отдела подчиняется непосредственно директору по развитию или лицу, его замещающему в установленном порядке.

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5.1. Структура и штатная численность Отдела маркетинга определяются штатным расписанием Академии, утверждаемым в установленном порядке приказом Академии.

5.2. Работники Отдела маркетинга назначаются на должность по представлению начальника Отдела маркетинга и по согласованию с директором по развитию и освобождаются от занимаемой должности приказом Академии.

5.3. Деятельность Отдела маркетинга организуется на основе планирования, сочетания единоначалия в решении вопросов деятельности и распределения обязанностей, персональной ответственности каждого работника за своевременное и качественное исполнение своих обязанностей.

5.4. Права, обязанности и ответственность работников Отдела маркетинга определяются трудовыми договорами, настоящим Положением, Правилами внутреннего трудового распорядка, должностными инструкциями и иными локальными нормативными актами Академии.

5.5. Для решения наиболее важных вопросов деятельности Отдела маркетинга, осуществления контроля за выполнением планов работы и поручений руководства Академии в Отделе маркетинга могут проводиться оперативные совещания.

5.6. Начальник Отдела маркетинга вправе:

5.6.1. Требовать от работников Отдела маркетинга выполнения трудовых обязанностей своевременно в полном объеме и на высоком качественном уровне.

5.6.2. Требовать соблюдения работниками Отдела маркетинга действующего законодательства Российской Федерации, устава и локальных нормативных актов Академии, требований техники безопасности, охраны труда и пожарной безопасности, выполнения приказов и поручений руководства Академии.

5.7. Работники Отдела маркетинга имеют право:

5.7.1. Запрашивать и получать от структурных подразделений Академии материалы и информацию (сведения, данные) по вопросам, относящимся к компетенции Отдела маркетинга, необходимые для выполнения своих трудовых (должностных) обязанностей.

5.7.2. Вносить непосредственному руководителю предложения о совершенствовании деятельности Отдела маркетинга и Академии.

5.7.3. Взаимодействовать с органами и организациями по относящимся к компетенции Отдела маркетинга вопросам по согласованию с непосредственным руководителем и вышестоящим руководством.

5.8. Начальник Отдела маркетинга обязан:

5.8.1. Обеспечивать и организовывать работу Отдела маркетинга, в том числе планировать, координировать и контролировать выполнение задач и функций, определенных настоящим Положением, своей должностной инструкцией, а также распорядительными актами Академии.

5.8.2. Предоставлять непосредственному руководителю и, по согласованию с ним, руководству Академии предложения по вопросам, отнесенным к компетенции Отдела маркетинга, в том числе о совершенствовании и повышении эффективности работы Отдела маркетинга, приеме на работу, переводе, увольнении, поощрении работников Отдела маркетинга, наложении на них дисциплинарных взысканий.

5.8.3. Вносить на рассмотрение непосредственному руководителю предложения по структуре и штатной численности Отдела маркетинга, проекты должностных инструкций работников Отдела маркетинга, проекты изменений в настоящее Положение.

5.8.4. Участвовать в совещаниях, проводимых руководством Академии по вопросам, отнесенным к компетенции Отдела маркетинга.

5.8.5. Участвовать в деятельности рабочих групп, рабочих встречах, совещаниях и иных мероприятиях по вопросам, отнесенным к компетенции Отдела маркетинга.

5.8.6. Обеспечивать соблюдение в работе Отдела маркетинга законодательства Российской Федерации, устава и локальных нормативных актов Академии, выполнение решений руководства Академии.

5.8.7. Составлять план работы Отдела маркетинга и отчет о его выполнении.

5.9. Работники Отдела маркетинга обязаны:

5.9.1. Совершенствовать и развивать обеспечиваемую Отделом маркетинга деятельность Академии.

5.9.2. Своевременно, качественно и в полном объеме выполнять возложенные на них трудовые обязанности.

5.9.3. Своевременно и надлежащим образом выполнять приказы и распоряжения Академии, поручения непосредственного руководителя и руководства Академии по вопросам, относящимся к компетенции Отдела маркетинга.

5.9.4. Принимать необходимые меры по обеспечению сохранности, неразглашения персональных данных, иной конфиденциальной информации, ставших известными в процессе выполнения трудовых обязанностей.

5.9.5. Предоставлять структурным подразделениям Академии разъяснения в части маркетинговой стратегии в рамках реализации соответствующих направлений работы Отдела маркетинга.

5.9.6. Осуществлять другие обязанности в соответствии с локальными нормативными актами Академии и поручениями непосредственного руководителя и (или) распоряжениями вышестоящих должностных лиц.

5.10. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на Отдел маркетинга задач и функций несет начальник отдела маркетинга, если иное не установлено локальными нормативными актами Академии.

6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

6.1. Реорганизация и ликвидация Отдела маркетинга осуществляются в соответствии с локальными нормативными актами Академии.

6.2. Настоящее Положение является локальным нормативным актом Академии, утверждаемым приказом ректора или иного уполномоченного лица.

6.3. Все изменения и дополнения, вносимые в настоящее Положение, оформляются в письменной форме в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

6.4. После принятия Положения (или изменений и дополнений отдельных пунктов и разделов) в новой редакции предыдущая редакция утрачивает силу.

6.5. Вопросы, не нашедшие отражения в настоящем Положении, регулируются в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и локальными нормативными актами Академии.