

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ВАВТ Минэкономразвития России

С.Г. Синельников-Мурылев
«03 декабря 2019г.

**Положение об отделе маркетинга
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования "Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации"**

Настоящее положение об отделе маркетинга (далее – Положение) разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации, уставом, локальными нормативными актами Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации" (далее по тексту – Академия) и определяет организационные и правовые основы деятельности отдела маркетинга Академии.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Отдел маркетинга (далее по тексту – Отдел) является самостоятельным структурным подразделением Академии, создание, реорганизация и ликвидация которого производится приказом ректора Академии.

1.2. В своей деятельности Отдел руководствуется:

- Конституцией РФ;
- федеральными законами РФ, в том числе трудовым кодексом РФ;
- указами и распоряжениями Президента РФ;
- постановлениями и распоряжениями Правительства РФ;
- приказами и распоряжениями Минэкономразвития России и Минобрнауки России;
- Уставом Академии;
- локальными нормативными актами Академии и настоящим положением.

1.3. Непосредственное руководство Отделом осуществляют начальник, назначаемый на должность и освобождаемый от должности приказом ректора Академии.

1.4. Отдел осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими структурными подразделениями Академии, иными физическими и юридическими лицами.

2. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ ОТДЕЛА

2.1. Основной целью Отдела является повышение эффективности функционирования и позиционирования Академии на рынке образовательных услуг в соответствии с основными стратегическими целями Академии и ее текущими задачами посредством маркетинговых инструментов.

2.2. Основными задачами Отдела являются:

- анализ положения Академии на рынке образовательных услуг и проведение комплекса исследований внутренней и внешней среды, изучение факторов, определяющих интерес или его отсутствие к деятельности Академии;
- разработка маркетинговой стратегии Академии;
- реализация маркетинговой стратегии, организация рекламы и иных маркетинговых активностей Академии.

2.3. Основными функциями Отдела являются:

- организация процесса маркетинговых исследований, включая сбор первичной информации (проведение анкетирований, опросов, интервью), анализ вторичной информации, конкурентный анализ, сегментирование аудиторий, определение проблем и формирование рекомендаций на основании проведенных исследований;
- проведение анализа существующих продуктов и эффективности процессов и существующих инструментов, формирование предложений по изменению и внедрению новых продуктов и инструментов;
- обеспечение руководства Академии необходимой маркетинговой информацией в интересах разработки стратегии и тактики развития Академии;
- разработка стратегии маркетинговых активностей и плана маркетинговых мероприятий, включая формирование Медиаплана и Контент-плана;
- реализация Медиаплана и Контент-плана с использованием всех доступных платных и бесплатных инструментов (организация рекламной деятельности онлайн и офлайн, участие в формировании положительного имиджа Академии во внешней и внутренней среде);
- ведение базы данных пользователей, проявивших интерес к деятельности Академии, организация взаимодействия с ними;
- консультирование и информационное обеспечение в области маркетинга всех подразделений Академии;
- подготовка предложений по формированию фирменного стиля Академии и отдельных продуктов и проектов, разработка и оформление рекламно-информационных материалов и обеспечение подразделений Академии маркетинговыми материалами (презентации, полиграфическая продукция, шаблоны, видеоматериалы и пр.);
- формирование и реализация информационной политики в сети Интернет, в том числе координация разработки, запуска и информационного наполнения интернет-ресурсов (как собственных, так и сторонних площадок), а также представленности в социальных сетях;
- формирование системы непрерывной коммуникации с аудиториями посредством CRM-маркетинга и других каналов коммуникации;
- разработка предложений по бюджетированию маркетинговых активностей и представление предложений руководству Академии;
- участие в запуске срочных проектов Академии (мероприятия, образовательные продукты и др.);
- документальное сопровождение маркетинговых активностей в соответствии с медиапланом, включая выбор конкретных исполнителей;
- анализ эффективности реализованных маркетинговых мероприятий, рекламных площадок, интернет-ресурсов и других каналов коммуникации.

3. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ОТДЕЛА

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

3.2. Отдел для решения возложенных на него задач имеет право:

- запрашивать и получать от структурных подразделений Академии сведения и документы, необходимые для выполнения возложенных функций;
- использовать корпоративные информационные сети и информационные ресурсы Академии для решения задач в рамках своих должностных обязанностей;
- проводить в пределах своей компетенции в установленном порядке переговоры со сторонними организациями и использовать средства, выделяемые на финансирование маркетинговых активностей, для проведения рекламных мероприятий, выставок, презентаций и др.;
- вносить предложения и давать рекомендации по вопросам, входящим в компетенцию Отдела;
- проводить совещания или участвовать в общих собраниях по вопросам маркетинга.

3.3. Отдел обязан:

- совершенствовать и развивать деятельность Академии, обеспечиваемую деятельностью Отдела;
- качественно и в полном объеме выполнять возложенные на него обязанности;
- своевременно и надлежащим образом выполнять приказы и распоряжения Академии, поручения руководства Академии и своего непосредственного руководителя;
- сохранять конфиденциальность сведений, поступающих в Отдел от других структурных подразделений и из внешней среды;
- рационально использовать предоставленные ресурсы и полномочия;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, трудовую дисциплину, требования по охране труда и обеспечению безопасности труда.

4. СТРУКТУРА И СОСТАВ

4.1. Структуру и штатную численность отдела утверждает ректор Академии по представлению начальника Отдела.

4.2. Отдел возглавляет начальник Отдела, который в пределах своей компетенции дает указания, обязательные для всех работников отдела, и осуществляет проверку их исполнения.

4.3. Начальник Отдела выполняет следующие обязанности:

- руководит деятельностью Отдела, обеспечивает организацию его работы, выполнение возложенных на Отдел задач и функций, определенных настоящим Положением, а также решений ученого совета, приказов и распоряжений ректора Академии;
- осуществляет распределение должностных обязанностей между работниками Отдела;
- осуществляет контроль соблюдения сроков оформления документов в Отделе, их сохранность;
- подписывает и визирует документы в пределах своей компетенции;
- принимает участие в разработке планов, иных документов, связанных с деятельностью Отдела;
- принимает необходимые меры для улучшения материально-технического и информационного обеспечения, условий труда, работников Отдела;
- организует дополнительное профессиональное образование работников Отдела;
- осуществляет контроль исполнения подчиненными ему работниками своих должностных обязанностей, соблюдения трудовой дисциплины.

4.4. Начальник Отдела имеет одного заместителя. На период отсутствия начальника Отдела (отпуск, болезнь, командировка и др.) его обязанности возлагаются на заместителя начальника Отдела, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей.

4.5. Работники Отдела назначаются на должность и освобождаются от должности приказом ректора (иного уполномоченного лица) Академии по представлению начальника Отдела.

4.6. Должностные обязанности, квалификационные требования, права и ответственность работников Отдела определяются их трудовыми договорами и должностными инструкциями.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на Отдел задач и функций несет начальник Отдела.

5.2. Начальник Отдела несет персональную ответственность за:

- несвоевременное и некачественное выполнение задач и функций, возложенных на Отдел;
- неисполнение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей в соответствии с действующим законодательством и локальными нормативными актами Академии;
- правонарушения, совершенные в процессе осуществления деятельности, в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации;
- несоблюдение правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и мер пожарной безопасности в пределах локальных нормативных актов Академии.

5.3. Степень ответственности других работников Отдела устанавливается их трудовыми договорами и должностными инструкциями.

6. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

6.1. В процессе выполнения функций, возложенных на Отдел, работники Отдела взаимодействуют с работниками других подразделений Академии, абитуриентами, обучающимися, выпускниками Академии, сторонними организациями и учреждениями.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Настоящее Положение вступает в силу со дня его утверждения ректором Академии.
7.2. Настоящее Положение пересматривается, изменяется и дополняется по мере необходимости. Изменения и дополнения к настоящему Положению вносятся на основании приказа ректора Академии.

Согласовано:

Начальник отдела кадров Маслов В.П. Невмывако
Начальник отдела маркетинга Боронова А.Ю. Воронова
Б2-