

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сурат Лев Игоревич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.05.2021 20:03:36  
Уникальный программный ключ:  
90e61d348f2245de4566514a87350a9d89d73c851b3f3160a03a9eff20fb480



Московский  
Институт  
ПСИХОАНАЛИЗА

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ШИФР ДОКУМЕНТА

ПРИНЯТО  
Ученым Советом  
НОЧУ ВО «Московский  
институт психоанализа»  
26.08.2020, протокол № 1

УТВЕРЖДАЮ:  
Ректор  
НОЧУ ВО «Московский  
институт психоанализа»  
Л. И. Сурат  
28.08.2020



## ПОЛОЖЕНИЕ об отделе маркетинга и рекламы

### 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение об отделе маркетинга и рекламы (далее по тексту Положение) регулирует деятельность отдела маркетинга и рекламы (далее – отдел) Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский институт психоанализа» (далее – Институт) и устанавливает его структуру, задачи и функции, организацию работы, а также права, обязанности и ответственность его руководителя.

1.2. Отдел является структурным подразделением Института и подчиняется напрямую Ректору института.

1.3. В своей деятельности отдел руководствуется Законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании"; нормативными и правовыми актами Министерства образования и науки Российской Федерации и иными нормативными правовыми документами; Уставом Института, настоящим Положением об отделе маркетинга и рекламы и иными локальными нормативными актами Института.

1.4. Отдел создается, реорганизуется и ликвидируется приказом Ректора Института на основании решения Ученого совета Института.

1.5. Условия труда работников отдела определяются Трудовым кодексом Российской Федерации, иными актами трудового законодательства, трудовыми договорами, заключаемыми с каждым работником, а также Правилами внутреннего распорядка Института.

1.6. Положение об отделе, дополнения и изменения в Положение утверждаются Ученым советом Института.

### 2. Основные задачи и функции отдела маркетинга и рекламы

#### 2.1. Основная цель работы отдела

Разработка и реализация системы мероприятий по планированию, продвижению и информационно-рекламному обеспечению образовательных услуг Института на рынке высшего и дополнительного профессионального образования в области психологии, педагогике и управления персоналом.

#### 2.2. Задачами отдела являются:

- анализ конкурентов на рынке высшего образования, а также на рынке дополнительного профессионального образования, в том числе качества конкурирующих услуг, соотношений цены и качества, а также спроса и предложения;
- исследование инноваций в области систем продвижения образовательных услуг на рынке высшего образования, а также на рынке дополнительного профессионального образования;

- организация мероприятий по продвижению образовательных услуг Института.

2.3. Основными функциями отдела являются:

2.3.1. Методологическая разработка и организация маркетинговых исследований образовательных услуг рынка высшего образования и рынка дополнительного профессионального образования (ассортимент, современные потребительские свойства и пр.).

2.3.2. Разработка и реализация перспективных и текущих маркетинговых планов по реализации образовательной услуг.

2.3.3. Изучение новых рыночных ниш и целевых групп потенциальных потребителей образовательных услуг высшего и дополнительного профессионального образования.

2.3.4. Мониторинг мнений потребителей об образовательных услугах, подготовка предложений по повышению потребительских свойств и конкурентоспособности образовательных услуг Института.

2.3.5. Организация сбора, изучения и анализа информации о рынке, структуре потребительского спроса, продвижении образовательных услуг, динамике цен, информационной политике конкурентов. Исследование факторов, влияющих на оказание образовательных услуг и имеющих значение для их успешной реализации. Изучение типов потребительского спроса (устойчивого, кратковременного и др.), причин, вызывающих его повышение или снижение, дифференциации покупательской способности населения.

2.3.6. Разработка прогнозов потребительского спроса по оказанию образовательных услуг высшего и дополнительного профессионального образования в области.

2.3.7. Организация эффективного участия Института в образовательных выставках, ярмарках, других профориентационных мероприятиях как в Институте, так на российских и зарубежных профильных площадках для создания устойчивых связей с потенциальными потребителями образовательных услуг.

2.3.8. Разработка и реализация программы маркетинговых и бизнес-коммуникаций Института и мониторинг их итогов.

2.3.9. Разработка, и распространение учебно-методической и рекламной литературы и других рекламных материалов об Институте и оказываемых им образовательных услугах.

2.3.10. Ведение документации, статистического учета и подготовка отчетных данных по функциональным вопросам.

2.3.11. Обеспечение делопроизводства и документооборота по функционированию отдела.

2.3.12. Соблюдение коммерческой тайны и защиты информации, в том числе персональных данных сотрудников.

## **2. Структура отдела маркетинга и рекламы и функционал сотрудников**

2.1. В состав отдела, в соответствии со штатным расписанием, входят должности, обеспечивающие выполнение функциональных задач.

2.2. Функционально должности распределяются по следующим направлениям работы:

- **Аналитик** - проводит маркетинговые исследования, осуществляет сегментацию рынков, изучает потребителей и конкурентов, определяет позиции Института на рынке, проводит анализ эффективности рекламных кампаний, осуществляет оценку эффективности применяемых методов продвижения услуг.
- **Менеджер по маркетингу и рекламе** - разрабатывает рекламно-информационные материалы (тексты рекламных сообщений, фотографии, видеоролики, графические макеты), вырабатывает предложения, планирует и осуществляет проведение рекламных кампаний, осуществляет деловые контакты с подрядчиками по производству и размещению рекламных материалов на ТВ, радио, в печатных и интернет изданиях, осуществляет выбор и организует при участии других подразделений Института реализацию отдельных методов стимулирования сбыта (ярмарки, выставки, другие мероприятия) и для привлечения абитуриентов, готовит рекламные конструкции, полиграфические и сувенирные материалы для представительской деятельности; разрабатывает фирменный стиль оформления продукции предприятия (товарный знак, символика, фирменные цвета, логотипы и т.п.), контролирует размещение актуальной информации на сайтах Института.

- **Специалист по контекстной рекламе** - настройка и ведение контекстной и таргетированной рекламных кампаний Яндекс Директ, Гугл. Адвордс, Инстаграм, ВКонтакте, Фейсбук, МайТаргет, Ютуб.
- **Специалист по СММ** - подбор и публикация контента (текстовая информация, графические объявления, медийные объявления) для социальных сетей и других медиаканалов Института, обработка обращений - ответы на вопросы абитуриентов, работа с комментариями. Электронные рассылки по клиентской базе (формирование клиентской базы). Оптимизация работы Ютуб канала.
- **PR-менеджер** – организация сотрудничества со СМИ, размещение информации об образовательных услугах Института и проводимых мероприятиях на образовательных и иных платформах, освещение событий Института на официальном сайте и в других источниках информации, организация внутренних мероприятий института, взаимодействие с преподавателями Института по подготовке экспертных статей, управление репутацией (работа с отзывами)
- **Event-менеджер** – организация и проведение различных мероприятий Института, направленных на привлечение аудитории, а также обеспечивающих создание открытого образовательного пространства в Институте.

### **3. Организация работы отдела маркетинга и рекламы**

3.1. Непосредственное руководство деятельностью отдела осуществляет Начальник (Руководитель) отдела.

3.2. Начальник (Руководитель) отдела назначается и освобождается от должности приказом Ректора Института.

3.3. Другие работники отдела принимаются на работу и освобождаются от должности приказом Ректора Института по представлению Начальника (Руководителя) отдела.

3.4. Начальник (Руководитель) отдела подотчетен в своей деятельности Ректору Института.

3.5. Начальник (Руководитель) отдела, действуя по принципу единоначалия:

- 1) осуществляет непосредственное руководство деятельностью отдела;
- 2) разрабатывает должностные инструкции работников отдела;
- 3) вносит предложения Ректору Института о применении мер поощрения и дисциплинарной ответственности к работникам отдела;
- 4) согласовывает документы в рамках своих полномочий;
- 5) организует и контролирует в пределах своей компетенции выполнения работниками отдела поручений и распоряжений от себя и вышестоящего руководства Института;
- 6) отвечает за трудовую и исполнительскую дисциплину, организованность и слаженность работы сотрудников отдела;
- 7) осуществляет иные функции и полномочия в пределах компетенции, определенной настоящим Положением и Должностной инструкцией Начальника (Руководителя) отдела.

3.6. Начальник (Руководитель) отдела маркетинга и рекламы имеет право:

3.6.1. Требовать и получать от структурных подразделений Института материалы, необходимые для осуществления деятельности отдела.

3.6.2. Вести переписку по вопросам, входящим в компетенцию отдела и не требующим согласования с Ректором Института.

3.6.3. Представительствовать в установленном порядке от имени Института по вопросам, относящимся к компетенции отдела, во взаимоотношениях с государственными и муниципальными организациями, а также другими предприятиями, организациями, учреждениями.

3.6.4. По согласованию с Ректором Института привлекать экспертов и специалистов в области психологии, педагогике и управлению персоналом для консультаций, подготовки заключений, рекомендаций и предложений, разработки и внедрения проектов развития.

3.6.5. Вносить предложения Ректору Института о привлечении к материальной и дисциплинарной ответственности должностных лиц в случае выявления нарушений, мешающих исполнению функций отдела.

3.6.6. Вносить предложения о перемещении работников отдела, их поощрении за успешную работу, а также предложения о наложении взысканий на работников, нарушающих трудовую дисциплину.

3.6.7. Давать разъяснения и рекомендации по вопросам, входящим в компетенцию отдела.

3.6.8. Проводить и участвовать в конференциях, совещаниях, семинарах по вопросам психологии, педагогике и управлению персоналом

3.7. Начальник (Руководитель) отдела маркетинга и рекламы визирует все документы, связанные с деятельностью отдела в рамках своей компетенции и ответственности.

3.8. Начальник (Руководитель) отдела несет персональную ответственность за:

3.8.1. некачественное и несвоевременное исполнение задач и функций, возложенных на отдел настоящим Положением, невыполнение в полном объеме и в установленные сроки решений органов управления Института, приказов, распоряжений Института и поручений Ректора Института;

3.8.2. неисполнение или ненадлежащее исполнение своих трудовых обязанностей в соответствии с настоящим Положением;

3.8.3. предоставление (выполнение) некачественных услуг (работ), оказываемых (выполняемых) работниками отдела или привлеченными лицами;

3.8.4. недостоверность, несвоевременную подготовку и непредставление в органы управления Института, информации, сведений и документов, касающихся деятельности отдела;

3.8.5. сохранность документов, образующихся в ходе деятельности отдела, и неразглашение конфиденциальной информации, которой располагают сотрудники;

3.8.6. разглашение конфиденциальных сведений, коммерческой тайны, как лично, так и допущение ситуации разглашения сотрудниками вверенного отдела;

3.8.7. причинение Институту материального ущерба как лично, так и допущение ситуации причинения ущерба сотрудниками вверенного отдела;

3.8.8. правонарушения, допущенные при осуществлении трудовых функций, как лично, так и допущение ситуации совершения правонарушений сотрудниками вверенного отдела;

3.8.9. превышение предоставленных полномочий;

3.8.10. нарушение правил пожарной безопасности и техники безопасности как лично, так и допущение ситуации нарушения сотрудниками вверенного отдела;

3.8.11. нарушение Правил внутреннего трудового распорядка Института как лично, так и допущение ситуации нарушения сотрудниками вверенного отдела;

3.9. Степень ответственности других работников отдела устанавливается должностными инструкциями.

3.10. Режим работы отдела определяется в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка, установленными в Институте.

#### **4. Взаимоотношения (служебные связи)**

Отдел взаимодействует:

4.1. С работниками структурных подразделений Института – в порядке, установленном локальными нормативными актами.

4.2. С третьими лицами – в порядке, установленном действующим законодательством РФ.

4.3. Непосредственный контроль за деятельностью отдела осуществляется Ректором Института. Общий контроль за деятельностью осуществляет руководящий персонал Института по своим направлениям деятельности.

#### **5. Реорганизация и ликвидация отдела маркетинга и рекламы**

5.1. Реорганизация и ликвидация отдела осуществляются в соответствии с законодательством Российской Федерации на основании решения ученого совета Института.

5.2. Решение Ученого совета Института о реорганизации или ликвидации отдела оформляется приказом Ректора Института.

#### **6. Порядок изменения Положения**

Внесение изменений и дополнений в настоящее Положение производится решением Ученого совета Института и утверждается Ректором Института.