

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мальцев Сергей Борисович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.11.2024 15:24:28
Уникальный программный ключ:
1bcb6e8dd25337659340c8c6c08f3bb1f12d77b7




Частное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский медико-социальный институт»
Положение об отделе по маркетингу и рекламе

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Ректора
ЧОУВО «СПбМСИ»
от «14» ноября 2024 г.
№ 463-02-01/24 А
_____ С.Б. Мальцев

**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ОТДЕЛЕ ПО МАРКЕТИНГУ И РЕКЛАМЕ**

г. Санкт-Петербург
2024 г.

	Частное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский медико-социальный институт»
	Положение об отделе по маркетингу и рекламе

1. Общие положения


- 1.1. Отдел по маркетингу и рекламе (далее – Отдел), являясь самостоятельным структурным подразделением Частного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский медико-социальный институт» (далее – ЧОУВО «СПбМСИ», Институт), создается и ликвидируется приказом Ректора.
- 1.2. Отдел непосредственно подчиняется Проректору по административной работе и ДПО.
- 1.3. Отдел возглавляет начальник, назначаемый на должность и освобождаемый от должности приказом Ректора.
- 1.4. В своей деятельности Отдел руководствуется:
 - законодательством Российской Федерации;
 - Уставом Института;
 - настоящим Положением об отделе маркетинга и рекламы.

2. Задачи Отдела

- 2.1. Разработка оригинального контента и рекламной продукции Института, взаимодействие со средствами массовой информации, организация и проведение мероприятий, направленных на укрепление имиджа Института.
- 2.2. Анализ потребительских свойств образовательной продукции и услуг, требований, предъявляемых к ней потребителями
- 2.3. Продвижение услуг института
- 2.4. Поддержание и повышение узнаваемости и лояльности к бренду института
- 2.5. Привлечение абитуриентов к обучению в институте
- 2.6. Повышение эффективности приемной кампании института
- 2.7. Организация рекламы и стимулирование продаж услуг института

3. Функции Отдела

- 3.1. Разработка, организация и реализация маркетинговой стратегии института в части комплексной системы мероприятий по планированию, продвижению, реализации и информационно-рекламной поддержке оказываемых институтом услуг
- 3.2. Анализ потребительских свойств оказываемых институтом услуг, а также требований, предъявляемых к таким услугам.
- 3.3. Разработка проекта годового плана информационно-рекламной поддержки услуг института, проведение процедуры его согласования, формирование и исполнение бюджета, выделяемого на информационно-рекламную поддержку.
- 3.4. Подготовка материалов по вопросам, связанным с реализацией задач и функций Отдела, и для размещения на официальном сайте института.
- 3.5. Организация фото и видеосъемок, интервью, с участием руководства института, экспертов.
- 3.6. Разработка текстов, эскизов, информационных материалов об услугах института для последующего распространения и размещения в средствах массовой информации, социальных сетях и на иных информационных ресурсах, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Распространение информации о деятельности института.

	Частное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский медико-социальный институт»
	Положение об отделе по маркетингу и рекламе

3.7. Осуществление информационно-рекламной поддержки в целях продвижения услуг института в социальных сетях, интернет-медиа, в том числе создание фото-, видеоматериалов, информационно-рекламных роликов, текстов и т. д.).

3.8. Разработка POS-материалов (печатных материалов) для продвижения услуг института.

3.9. Обеспечение заказа, изготовления и распределения полиграфической и сувенирной продукции.

3.10. Анализ, сопровождение и контроль обращений лиц, заинтересованных в услугах института, направленных через официальные сайты института в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», социальных сетях института, через стационарные и сотовые телефоны.

3.11. Организация участия в образовательных выставках по услугам института.

3.12. Организация и проведение рекламных кампаний услуг института.

3.13. Планирование, организация и контроль за изготовлением рекламной продукции и информационных материалов об Институте.

3.14. Информационное обеспечение приемной кампании

3.15. Участие в разработке проектов локальных нормативных и иных актов института по всем вопросам, связанным с реализацией функций Отдела.

4. Права

4.1. Отдел маркетинга и рекламы имеет право:

- запрашивать и получать от подразделений Института документы и информацию, необходимые для выполнения Отделом своих функций;
- созывать и проводить совещания по вопросам, входящим в компетенцию Отдела, привлекать для участия в них работников Института.

4.2. Начальник Отдела визирует документы, связанные с деятельностью Отдела.

4.3. Начальник Отдела вправе вносить предложения о перемещении работников Отдела, их поощрении за успешную работу, а также предложения о наложении дисциплинарных взысканий на работников, нарушающих трудовую дисциплину.

5. Ответственность

5.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение Отделом функций, предусмотренных настоящим положением, несет начальник Отдела.

5.2. На начальника Отдела возлагается персональная ответственность за:

- организацию деятельности Отдела по выполнению задач и функций, возложенных на Отдел;
- достоверность информации, предоставленной средствам массовой информации и другим заинтересованным лицам;
- использование работниками Отдела информации, являющейся государственной, коммерческой тайной, а также использование персональных данных обучающихся и сотрудников только в служебных целях;
- подбор, расстановку и распределение обязанностей работников Отдела;

5.3. Функциональные обязанности, права и ответственность работников Отдела устанавливаются должностными инструкциями.