

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тимирясова Асия Витальевна

Должность: Ректор

Дата и время подписания: 28.06.2024 15:21:54

Уникальный программный ключ:

bd2a68e1-1b95-420c-8ad5-06a0bb51a122

ПРИНЯТО

на заседании Ученого Совета

ЧОУ ВО «Казанский инновационный

университет имени В.Г. Тимирясова

(ИЭУП)

Протокол № 3

«19» марта 2016

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ЧОУ ВО «Казанский
инновационный университет имени
В.Г. Тимирясова (ИЭУП)»

А.В. Тимирясова

«19» марта 2016



ПОЛОЖЕНИЕ

ОБ УПРАВЛЕНИИ ВНЕШНЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ ЧАСТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАЗАНСКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Г. ТИМИРЯСОВА (ИЭУП)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Управление внешнего продвижения является самостоятельным структурным подразделением ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)» (далее Университет).

1.2. Создание, ликвидация или реорганизация отдела осуществляется приказом ректора Университета.

1.3. Управление создано на основании приказа ректора Университета № 22 от 06 февраля 2014 г.

1.4. Управление подчиняется непосредственно ректору Университета.

1.5. Управление возглавляет начальник, назначаемый на должность приказом ректора Университета.

1.6. Обязанности руководителей структурных подразделений управления определяются и распределяются начальником управления.

1.7. Начальники и сотрудники структурных подразделений - отделов в составе управления назначаются на должности и освобождаются от должностей приказом ректора Университета по представлению начальника управления.

1.8. В своей деятельности управление руководствуется:

- [Конституцией Российской Федерации](#);
- Трудовым кодексом Российской Федерации;
- Федеральными [законами Российской Федерации](#);
- Уставом Университета;
- настоящим положением.

2. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ

2.1. Структуру и штатное расписание управления внешнего продвижения утверждает ректор Университета.

2.2. Руководство управлением осуществляет начальник управления.

2.3. В состав управления входят:

- отдел маркетинга и PR;
- отдел по работе с организациями.

3. ФУНКЦИИ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И PR

- Проведение маркетинговых исследований.
- Изучение общественного мнения.
- Проведение рекламных кампаний.
- Анализ эффективности маркетинговых и PR-акций, а также рекламных кампаний.
- Постоянное взаимодействие и поддержание контактов с представителями средств массовой информации, размещение необходимой информации об Университете, его жизни, достижениях студентов и преподавателей в СМИ, контроль за своевременным распространением информационных материалов о деятельности Университета.

- Участие в подготовке и проведении специальных PR-мероприятий: выставок, презентаций, дней открытых дверей и других мероприятий и акций информационно-рекламного характера, проводимых с участием представителей СМИ и общественности, обеспечение их комплексного информационного сопровождения.

- Участие в организации мероприятий Университета, проводимых различными подразделениями: оповещение и приглашение СМИ, подготовка пресс-релизов, текстов выступлений и других информационных материалов для представителей СМИ о значимых мероприятиях Университета (конференции, круглые столы, конкурсы и т.д.).

- Мониторинг электронных и печатных СМИ, пресс-клиппинг, участие в подготовке информационно-аналитических материалов внутреннего пользования.

- Работа над фирменным стилем: представительская продукция (буклеты, листовки, постеры, значки, атрибутика, шарфы, шары и т.д.).

- Работа в области наружной рекламы: разработка макетов баннеров, вывесок, указателей и т.д.).

- Сотрудничество с отделами и подразделениями по получению и обмену актуальной информацией.

- Участие в подготовке и проведении мероприятий внутреннего значения (конкурсы, акции для студентов и сотрудников).

- Обеспечение фотосъемки сотрудников и студентов, всех значимых мероприятий, проводимых Университетом.

- Разработка информационно-рекламных материалов, подготовка текстов поздравлений, текстов для корпоративных изданий и официального web-ресурса - сайта Университета.

- Взаимодействие с филиалами в области рекламы и PR.

- Оформительская работа: разработка с дизайнером стендов, работа с художниками-оформителями по претворению дизайн-макетов в жизнь.

- Создание и ведение официальных страниц Университета в социальных сетях.

- Мониторинг упоминаний Университета в сети Интернет.

4. ФУНКЦИИ ОТДЕЛА ПО РАБОТЕ С ОРГАНИЗАЦИЯМИ

- Обеспечение эффективного взаимодействия с факультетами и подразделениями Университета для организации профориентационной работы.

- Организация проведения мониторинга рынка образовательных услуг в области высшего и среднего профессионального образования с целью определения спроса и предложения, а также выявления перспективных направлений работы по привлечению абитуриентов в Университет.

- Сбор информации, анализ и подготовка предложений по совершенствованию PR-мероприятий, связанных с профориентационной работой.

- Проведение консультативной работы по вопросам поступления.

- Своевременное предоставление информации для сайта и стендов приемной комиссии, связанных с профориентационной работой.
- Подготовка материалов для справочных пособий.
- Организация и проведение дней открытых дверей.
- Организация участия в образовательных выставках.
- Взаимодействие со школами и учреждениями среднего профессионального образования по формированию нового набора в Университет.
- Организация и проведение профориентационных тестирований.

5. ПРАВА

5.1. По согласованию с ректором Университета разрабатывать (определять) маркетинговую стратегию и политику Университета и его филиалов.

5.2. Запрашивать от подразделений Университета информацию, документы (сведения, планы, отчеты, договора и т.п.), необходимую для проведения работ, входящих в компетенцию управления.

5.3. Требовать от подразделений и филиалов Университета согласования любых рекламных материалов (макетов, роликов и т.д.) с управлением внешнего продвижения.

5.4. Запрещать структурным подразделениям и филиалам Университета публиковать рекламные материалы в СМИ, не соответствующие требованиям управления внешнего продвижения.

5.5. Вносить предложения руководству Университета по разработке, модернизации, повышению качества образовательных программ Университета.

5.6. Участвовать в оценке качества образовательной деятельности Университета.

5.7. Определять основные направления деятельности отдела; устанавливать круг приоритетных вопросов, требующих оперативного решения.

5.8. Вносить предложения руководству предприятия о проведении научно - исследовательских работ в области маркетинга.

5.9. Координировать деятельность структурных подразделений предприятия по организации работ в области маркетинга. Давать указания и поручения структурным подразделениям предприятия по вопросам, входящим в компетенцию управления.

5.10. Запрашивать от руководителей структурных подразделений соблюдения планов (графиков) проведения совместных работ.

5.11. Вносить предложения о поощрении и дисциплинарной ответственности работников Университета.

5.12. Привлекать на договорной основе по согласованию с руководством специалистов и консультантов различных организаций для подготовки рекомендаций, заключений, консультаций, проведения маркетинговых исследований, акций, подготовки маркетинговых проектов и программ, в том числе на основе аутсорсинга.

5.13. Представительствовать от имени Университета по вопросам, относящимся к компетенции управления, в других организациях. Проводить и участвовать в совещаниях, семинарах, конференциях.

5.14. Давать рекомендации и разъяснения по вопросам маркетинга, PR и рекламы.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

6.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных на отдел задач и функций несет начальник управления.

6.2. Степень ответственности других работников отдела устанавливается должностными инструкциями.

6.3 Начальник и другие работники управления несут персональную ответственность за правильность оформляемых ими документов, их соответствие законодательству Российской Федерации.