

Автономная некоммерческая
образовательная организация
высшего образования Центросоюза
Российской Федерации «Российский
университет кооперации»

УТВЕРЖДЕНО
приказом ректора Российского
университета кооперации
от 19.11.2015 № 1245-09

ПОЛОЖЕНИЕ

о Департаменте маркетинга
и продвижения образовательных услуг
«19» 11 2015 № 01-08/93

г. Мытищи Московской области

1. Общие положения

1.1. Департамент маркетинга и продвижения образовательных услуг является структурным подразделением Российского университета кооперации (далее – Университет).

1.2. Департамент маркетинга и продвижения образовательных услуг (далее – Департамент) создается и ликвидируется приказом ректора университета.

1.3. Департамент подчиняется непосредственно ректору Университета.

1.4. Департамент возглавляет проректор - руководитель Департамента, назначаемый на должность и освобождаемый о должности приказом ректора Университета.

1.5. Содержится за счет средств университета, а также других средств, которые в соответствии с действующим законодательством могут направляться на содержание Департамента.

1.6. В своей деятельности Департамент руководствуется законодательством Российской Федерации, Уставом Российского университета кооперации, правилами внутреннего трудового распорядка, приказами и распоряжениями ректора Университета, настоящим Положением.

1.7. Деятельность работников Департамента регламентируется должностными инструкциями, утвержденными ректором Университета, распределение обязанностей между ними производит руководитель Департамента.

2. Структура

2.1. Структуру и штатную численность Департамента утверждает ректор Университета.

2.2. Реорганизация Департамента производится по приказу ректора.

2.3. Департамент имеет в своем составе следующие структурные под-

разделения:

- отдел продвижения образовательных услуг;
- отдел маркетинга;
- Пресс-служба.

2.4. Права, основные функции, ответственность и требования к квалификации сотрудников Департамента приведены в соответствующих должностных инструкциях.

2.5. Оборудование и оргтехника Департамента находятся на балансе университета.

3. Задачи

Департамент осуществляет деятельность, направленную на достижение основной стратегической цели – стимулирование продаж и продвижение основных образовательных программ во всех регионах присутствия университета, создание и утверждение положительного образа университета путем разработки, проведения и контроля рекламных кампаний, профессионально ориентирующих мероприятий, обеспечения информационной поддержки.

Основные задачи:

3.1. Формирование привлекательного имиджа и построение бренда «Российский университет кооперации».

3.2. Анализ конкурентной среды, разработка единой маркетинговой стратегии во всех регионах присутствия университета, включая ценообразование и программы лояльности.

3.3. Определение основных направлений деятельности университета в области рекламы и связей с общественностью. Планирование, контроль и оценка эффективности рекламных кампаний.

3.4. Развитие системы взаимоотношений с клиентами: повышение качества обслуживания, налаживание обратной связи, формирование базы потенциальных абитуриентов.

3.5. Позиционирование университета в средствах массовой информации, интернет-пространстве и социальных сетях. Техническая и информационная поддержка системы сайтов университета.

3.6. Совершенствование процесса трудоустройства, практики и развития карьеры студентов и выпускников университета за счет увеличения целевой подготовки учащихся и расширения круга партнеров.

3.7. Привлечение в университет талантливой молодежи путем увеличения профильных программ для школьников, создания сетевых технологий карьерного роста.

4. Функции Департамента

4.1. Проведение необходимых исследований, тенденций развития, сравнительного анализа существующих предложений на рынке образовательных услуг.

4.2. Формирование цен на услуги по основной образовательной деятельности на основе анализа конкурентной среды, подготовка проектов приказов по стоимости.

4.3. Разработка, внедрение и контроль реализации программ лояльности, позволяющих определенным категориям абитуриентов обучаться по сниженным ценам или за счет средств университета.

4.4. Планирование рекламной деятельности вуза: выявление и применение инновационных подходов, определение приоритетных направлений, поквартальное медиапланирование, контроль расходования рекламного бюджета.

4.5. Администрирование сервисов приёмной комиссии: входящие звонки, заказ обратного звонка, анкета поступающего, живой сайт; периодическая проверка работы региональных менеджеров с целью повышения качества обслуживания. Администрирование базы потенциальных абитуриентов, централизованные информационные рассылки.

4.6. Создание информационного контента с целью поддержания положительного имиджа вуза и формирования соответствующего общественного мнения о нем. Подготовка интервью, прямых эфиров, выступлений представителей вуза для публикации в средствах массовой информации.

4.7. Осуществление сбора и анализа материалов прессы, региональных средств массовой информации и информационных агентств, касающихся сферы образовательных услуг.

4.8. Формирование визуального имиджа университета: сохранение фирменного стиля, разработка единых шаблонов макетов рекламной продукции для применения в регионах. Обеспечение при разработке рекламных материалов соблюдения правил конкурентной борьбы, Закона РФ "О рекламе".

4.9. Разработка и реализация профессионально ориентированных мероприятий (интернет-олимпиад, конкурсов, проектов) с целью выявления школьников, имеющих высокие показатели в учебе, спорте и творчестве, формирования у них устойчивого интереса к университету.

4.10. Установление связей с деловыми партнерами и расширение внешних связей в целях совершенствования и развития сетевого взаимодействия внутри бизнес-сообщества.

5. Права

Департамент имеет право:

5.1. Получать ресурсное (материально-техническое) обеспечение и информацию, необходимую для качественного и эффективного выполнения сотрудниками функциональных обязанностей.

5.2. Формировать рекомендации институтам (филиалам) и филиалам в части проведению ими профориентационной работы в общеобразовательных школах, учреждениях среднего и начального профессионального образования, на предприятиях среди персонала.

5.3. Запрашивать и получать от институтов (филиалов) и филиалов любую информацию, касающуюся количества и структуры обучающихся, конкурентной обстановки на рынке образовательных услуг, проведенных и запланированных рекламных кампаний, профориентационных мероприятий, предложений по ценообразованию, а также другую информацию, необходимую для формирования единой маркетинговой политики вуза.

5.4. Вести переписку с образовательными учреждениями, органами государственной власти, коммерческими структурами по вопросам организации и проведения совместных мероприятий, направленных на продвижение образовательных услуг университета.

5.5. Осуществлять коммуникации с контрагентами в области рекламы для дальнейшего сотрудничества.

6. Ответственность

6.1. Всю ответственность за несвоевременное и некачественное выполнение возложенных настоящим Положением на Департамент функций несёт проректор - руководитель Департамента.

6.2. Каждый сотрудник Департамента несёт ответственность за несвоевременное и некачественное выполнение возложенных функций в соответствии с должностной инструкцией и делегируемыми ему полномочиями.

Срок действия настоящего Положения – до внесения соответствующих изменений.