

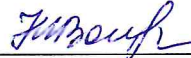


Положение об отделе маркетинга и связей с общественностью федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Читинская государственная медицинская академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЧИТИНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ МЕДИЦИНСКАЯ АКАДЕМИЯ

ПРИНЯТО

Учёным советом ФГБОУ ВО ЧГМА
Минздрава России
Протокол № 6 от «14» апреля 2023 г.
Учёный секретарь Учёного совета ФГБОУ ВО
ЧГМА Минздрава России

 Н.Н. Волнина

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО ЧГМА Минздрава
России, д.м.н., доцент

 Д.Н. Зайцев
«14» апреля 2023 г.



ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧИТИНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ МЕДИЦИНСКАЯ АКАДЕМИЯ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует деятельность отдела маркетинга и связей с общественностью федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Читинская государственная медицинская академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации (далее соответственно – отдел, Академия).

1.2. Отдел создается, реорганизуется и ликвидируется на основании решения Ученого совета Академии по представлению ректора Академии.

1.3. В своей деятельности отдел руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, нормативными документами, регламентирующими систему менеджмента качества, Уставом Академии, локальными актами Академии, и методическими материалами, касающимися вопросов его деятельности.

1.4. Общее руководство и контроль над деятельностью отдела осуществляет первый проректор.

1.5. Отдел возглавляет начальник, назначаемый на должность и освобождаемый от должности приказом ректора Академии.

2. Цели деятельности и основные задачи

2.1. Цели деятельности отдела:

2.1.1. внедрение концепции маркетинга в деятельность подразделений Академии, их ориентация к требованиям рынка и удовлетворению требований потребителей образовательных услуг;

2.1.2. привлечение потребителей образовательных услуг Академии;

2.1.3. участие в достижении плановых показателей доходов Академии от приносящей доход деятельности.

2.2. Достижение целей деятельности обеспечивается выполнением отделом следующих задач:

2.2.1. разработка маркетинговой стратегии Академии;

2.2.2. проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, включая выделение и изучение перспективных направлений профессиональной подготовки и динамики спроса на образовательные услуги;

2.2.3. разработка прогнозов и текущих планов маркетинга по каждому направлению профессиональной подготовки;

2.2.4. распространение информации о деятельности Академии;

2.2.5. организация деятельности по связям с общественностью и рекламе, электронных и печатных средств коммуникации Академии, а также оценка эффективности данных видов деятельности;

2.2.6. профориентационное консультирование;

2.2.7. организация деятельности по совершенствованию фирменного стиля Академии.

4. Функции отдела

4.1. Организация процесса маркетинговых исследований:

4.1.1. изучение перспектив развития рынков образовательных услуг по направлениям профессиональной подготовки Академии;

4.1.2. сбор, систематизация и анализ всей коммерческо-экономической информации по конъюнктуре потенциальных рынков образовательных услуг;

4.1.3. разработка прогнозов по платежеспособному спросу на новые направления подготовки;

4.1.4. анализ информации о деятельности других организаций высшего образования;

4.1.5. оценка конкурентоспособности Академии и перспектив повышения её рейтинга на региональном, общероссийском и международном уровнях;

4.1.6. создание и внедрение баз данных по всем направлениям исследований;

4.1.7. организация обратной связи с потребителями образовательных услуг (физическими лицами и организациями-работодателями);

4.1.8. изучение предложений потребителей по улучшению качества профессиональной подготовки в Академии;

4.1.9. разработка рекомендаций по результатам изучения мнения потребителей, по созданию новых направлений подготовки, форм учебной работы, научных и методических мероприятий.

4.2. Организация информационной работы и профорientации:

4.2.1. разработка стратегии информационной политики и системы интегрированных маркетинговых коммуникаций Академии;

4.2.2. определение объектов рекламы и сегментов рынка, на которых необходимо рекламировать образовательные услуги Академии;

4.2.3. организация взаимодействия Академии со средствами массовой информации (газетами, журналами, телевидением, радио), а также информационно-коммуникационной сетью «Интернет»;

4.2.4. разработка и представление на утверждение ректору, первому проректору и квартальных и годовых планов проведения рекламных кампаний;

4.2.5. составление совместно с планово-экономическим отделом медиапланов, смет затрат на проведение рекламных мероприятий; осуществление контроля эффективности затрат;

4.2.6. организация участия представителей Академии в научно-методических мероприятиях, выставках, ярмарках, включая следующие направления работы:

- сбор информации о планируемых выставках, ярмарках, выставках-продажах;

- оценка затрат на участие;

- подготовка необходимых материалов, документов, заявок для участия в выставках, ярмарках;

- помощь в отборе участников мероприятий и выставляемых научных, методических, технических материалов и разработок,

- планирование мероприятий по продвижению услуг Академии потенциальным потребителям (показы, демонстрации, обеспечение рекламными материалами);

- подготовка дизайна выставочных павильонов, стендов, указателей;

4.2.7. организация участия представителей Академии в общественно значимых мероприятиях, связанных с профилями её профессиональной подготовки;

4.2.8. мониторинг и координация работы официального сайта Академии, сайтов её подразделений;

4.2.9. организация, мониторинг и координация работы социальных сетей Академии и ее подразделений;

4.2.10. подготовка и заключение договоров по проведению рекламных кампаний, изготовлению рекламных материалов;

4.2.11. осуществление наружной, световой, электронной рекламы, рекламы Академии на транспорте, а также прямой почтовой рекламы (плановых и разовых рассылок писем, бандеролей, посылок с информационными материалами);

4.2.12. ведение отчетности по осуществлению рекламных мероприятий и мероприятий по профориентации;

4.2.13. помощь в организации вечеров, праздников, походов, экскурсий, поддержка социально значимых инициатив обучающихся Академии в рамках профориентационной работы;

4.2.14. анализ эффективности профориентационной работы, довузовской подготовки и информационных мероприятий Академии;

4.3. Совершенствование фирменного стиля Академии:

4.3.1. разработка предложений по формированию фирменного стиля, организация рекламы с помощью фирменных изделий (плакатов, буклетов, листовок, сувенирной продукции);

4.3.2. разработка концепций и создание информационно-рекламных материалов;

4.3.3. обеспечение подразделений Академии информационными, рекламными материалами, сувенирной продукцией с символикой Академии;

4.3.4. подготовка и организация монтажа информационных материалов внутри помещений и снаружи зданий Академии (рекламные стойки, информационные стенды, информационные указатели и таблички и т.п.).

4.4. Отдел для выполнения своих функций и при отсутствии возможности их осуществления на базе подразделений Академии привлекает согласованию с ректором Академии ресурсы сторонних лиц и организаций на условиях соответствующего договора, заключаемого в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5. Организационная структура

5.1. Структуру и штатную численность отдела утверждает ректор Академии.

5.2. Состав Отдела определяется штатным расписанием Академии.

5.3. Функции между работниками отдела распределяет начальник отдела. Перечень обязанностей каждого работника отдела определяется его должностной инструкцией.

6. Взаимоотношения отдела с другими подразделениями Академии

6.1. Отдел принимает к исполнению в части, касающейся его деятельности, все приказы и распоряжения по Академии.

6.2. Отдел взаимодействует с учебными и иными подразделениями Академии с целью реализации маркетинговой политики и внедрения принципов маркетингового управления.

6.3. Взаимодействие отдела с подразделениями Академии, когда инициатором взаимодействия является данное подразделение, происходит путем направления в отдел заявки установленного образца с описанием потребности подразделения в продукции или услугах, которые входят в компетенцию отдела (в заявке указывается тема, цели использования данной продукции или услуг, сроки, примерное описание конечного продукта или услуги, ответственное лицо и его контакты для связи).

Поступившая заявка обрабатывается отделом и согласовывается с первым проректором (отдел собирает необходимую информацию, осуществляет предварительный дизайн (если требуется), описывает предварительную стоимость и сроки изготовления или закупа данного продукта, или услуги). Далее отдел составляет заключение с учетом маркетинговой политики Академии и предоставляет его подразделению, от которого поступила заявка.

6.4. Все заявки и обращения, поступившие в отдел от подразделений Академии, регистрируются и формируются в план работы с указанием сроков его исполнения. Информация о плане работы отдела отображается в электронной форме (вкладка на официальном сайте Академии, CRM и т.п.).

7. Права

7.1. Отдел имеет право:

7.1.1. своевременно и в установленном порядке получать информацию, необходимую для деятельности от факультетов, кафедр и других подразделений Академии;

7.1.2. давать указания структурным подразделениям Академии по вопросам, относящимся к компетенции отдела и вытекающими из функций отдела, которые перечислены в настоящем Положении;

7.1.3. требовать и получать от подразделений Академии материалы, необходимые для осуществления деятельности отдела;

7.1.4. вести переписку по вопросам, входящим в компетенцию отдела и не требующим согласования с ректором Академии, первым проректором;

7.1.5. представлять предложения по вопросам, относящимся к компетенции отдела, во взаимоотношениях с государственными и муниципальными органами, средствами массовой информации и организациями различных форм собственности;

7.1.6. давать разъяснения и рекомендации подразделениям и работникам Академии по вопросам, входящим в компетенцию отдела;

7.1.7. проводить и участвовать в конференциях, совещаниях, семинарах по вопросам маркетинга;

7.1.8. вносить предложения по приостановке решений руководителей других подразделений, которые могут привести к ухудшению позиций Академии на рынках образовательных услуг или повредить ее имиджу;

7.1.9. требовать от подразделений Академии соблюдения фирменного стиля.

7.2. Руководитель отдела визирует все документы, связанные с деятельностью отдела (планы, договоры, отчеты, сметы и пр.).

8. Ответственность

8.1. Ответственность работников отдела устанавливается должностными инструкциями.

8.2. Отдел несет ответственность за:

8.2.1. своевременное и качественное выполнение функций, предусмотренных настоящим Положением, а также выполнение оперативных заданий руководства Академии;

8.2.2. своевременное информационное сопровождение деятельности Академии, подачу достоверной маркетинговой информации руководству Академии и её подразделениям;

8.2.3. научную и экономическую обоснованность рекомендаций по стратегии развития Академии, а также по разработке новых направлений деятельности и выбору новых рынков;

8.2.4. обоснованный выбор средств информационного обеспечения деятельности Академии и профориентационной работы.

8.3. Руководитель отдела несет персональную ответственность в случае:

8.3.1. несвоевременного, а также некачественного выполнения распоряжений руководства Академии;

8.3.2. несоблюдения трудового распорядка работниками отдела;

8.3.3. разглашения информации, являющейся коммерческой и иной охраняемой законодательством Российской Федерации тайной.

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор, д.м.н., доцент



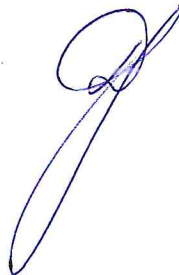
А.В. Сахаров

Начальник юридического отдела



В.Г. Иванова

Начальник отдела маркетинга и
связей с общественностью



А.В. Добровлянина