

**Положение об отделе рекламы
частного образовательного учреждения высшего образования
«ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)»**

1. Общие положения

1.1. Отдел рекламы является структурным подразделением частного образовательного учреждения высшего образования «ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)» (далее – Университет).

1.2. Отдел рекламы в своей деятельности руководствуется законодательством РФ, Уставом Университета, постановлениями и распоряжениями ректора, настоящим Положением, иными локальными актами Университета.

1.3 Деятельность отдела рекламы финансируется за счет средств бюджета Университета.

1.4 Непосредственное руководство деятельностью отдела рекламы осуществляет руководитель отдела рекламы.

1.5 Руководитель отдела рекламы непосредственно подчиняется руководителю центра маркетинга и развития, основные и стратегические вопросы, касающиеся деятельности отдела рекламы согласовывает с директором по маркетингу и инновациям Университета и назначается на должность приказом ректора Университета или уполномоченного им лица.

1.6 Организационную структуру, состав и штатную численность отдела рекламы утверждает ректор, исходя из конкретных условий и особенностей деятельности Университета по представлению директора по маркетингу и инновациям.

2. Основные задачи

2.1 Основными задачами отдела рекламы Университета являются:

2.1.1 Определение направлений и планирование рекламных кампаний.

2.1.2 Разработка рекламных материалов.

2.1.3 Организация рекламных кампаний.

3. Функции

3.1 Для решения основных задач, указанных в разделе 2 настоящего положения, отдел рекламы выполняет следующие основные функции:

3.1.1 Выполняет работы по рекламированию оказываемых Университетом услуг с целью их продвижения на рынке образовательных услуг.

3.1.2 Обеспечивает формирование рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности.

3.1.3 Планирует работы по проведению рекламных кампаний:

- изучает сегменты рынка, на которых планируется рекламировать образовательные услуги;

- определяет цели рекламной кампании;

- вырабатывает основные идеи рекламной кампании;

- определяет типы конкретных носителей рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание;

- выбирает формы и методы рекламы в средствах массовой информации: их текстовое, цветное и музыкальное оформление;

- прогнозирует сроки действия рекламы;

- определяет затраты, необходимые для проведения рекламной кампании.

3.1.4 Изучает рынок образовательных услуг и спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабы и сроки проведения рекламных кампаний, круг лиц, на которые должна быть направлена реклама; ориентирует рекламы на целевые группы по профессии/специальности/квалификации, возрасту, покупательской способности, полу.

3.1.5 Разрабатывает рекламные тексты, эскизы и макеты каталогов, буклеты проспектов, пр. и подготавливает их для утверждения директором по маркетингу и инновациям.

3.1.6 Обеспечивает при разработке рекламных материалов соблюдение норм общественной морали, правил конкурентной борьбы, Закона Российской Федерации «О рекламе».

3.1.7 Разрабатывает собственный стиль Университета, подготавливает сувенирные, рекламные продукты полиграфического и промышленного исполнения (блокноты, календари, канцелярские принадлежности с логотипами предприятия, пр.) для распределения их среди работников Университета, вступающих в деловые отношения с контрагентами.

3.1.8 Планирует участие Университета в образовательных выставках, ярмарках:

- согласует с директором по маркетингу и инновациям перечень услуг, которые следует выставить;

- разрабатывает совместно с директором по маркетингу и инновациям планы выставочных стендов;

- организует заключение договоров с оргкомитетами выставок, ярмарок;

- подготавливает рекламные и информационные материалы;

- подбирает и подготавливает работников, обучающихся, участвующих в выставках, ярмарках.

3.1.9 Организует заключение договоров по рекламированию услуг со сторонними организациями в случаях полномасштабной рекламы на телевидении, средствах массовой информации, городском общественном транспорте, пр.

3.1.10. Устанавливает связи с деловыми партнерами и расширяет внешние связи в целях совершенствования рекламной деятельности.

3.1.11 Обеспечивает сбор и систематизацию информации о рекламе образовательных услуг.

3.1.12 Анализирует влияние проведенных и проводимых рекламных мероприятий на изменение спроса на оказываемые образовательные услуги.

4. Права

4.1. Отдел рекламы имеет следующие права:

4.1.1 Давать указания/разъяснения/рекомендации структурным подразделениям Университета по вопросам, относящимся к компетенции отдела рекламы и вытекающим из функций, которые перечислены в настоящем Положении. Требовать и получать от структурных подразделений Университета материалы, необходимые для деятельности отдела рекламы.

4.1.2 Вести переписку по вопросам, входящим в компетенцию отдела рекламы по согласованию с директором по маркетингу и инновациям.

4.1.3 Представительствовать в установленном законом порядке и по согласованию с директором по маркетингу и инновациям от имени Университета по вопросам, относящимся к компетенции отдела рекламы во взаимоотношениях с государственными и муниципальными органами, а также другими предприятиями, организациями, учреждениями.

4.1.4 По согласованию с директором по маркетингу и инновациям привлекать экспертов и специалистов в области рекламы для консультаций, подготовки заключений, рекомендаций и предложений.

4.1.5 Проводить в Университете совещания по вопросам рекламы и участвовать в конференциях и семинарах, посвященных рекламе.

4.1.6 Все документы, связанные с деятельностью отдела рекламы (планы, договоры, отчеты, сметы, справки, пр.). согласовывает или подписывает (в зависимости от имеющихся полномочий) директор по маркетингу и инновациям.

5. Взаимодействие

5.1. Отдел рекламы принимает к сведению и руководству в части, касающейся его деятельности приказы и распоряжения Университета.

5.2. Отдел рекламы взаимодействует и регулирует свои отношения с учебными и неучебными подразделениями Университета в соответствии с организационной структурой и штатным расписанием Университета, регламентом правил, процедур, положений и должностных инструкций, исходящими организационно-распорядительными документами руководства Университета, Уставом Университета.

6. Ответственность

6.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение отделом рекламы функций, предусмотренных настоящим положением несет руководитель отдела рекламы.

6.2. Работники отдела рекламы несут ответственность за:

6.2.1 Ненадлежащее выполнение ими должностных обязанностей в соответствии с законодательством Российской Федерации, уставом Университета, настоящим положением, должностными инструкциями и иными локальными нормативными актами университета.

6.2.2 Обеспечение в отделе рекламы техники безопасности и пожарной безопасности.

6.2.3 Соблюдение конфиденциальности служебной информации.

6.2.4 Сохранность закрепленного имущества и служебной документации.

7. Заключительные положения

7.1 Настоящее Положение рассматривается, утверждается приказом ректора Университета или уполномоченного им лица и вступает в силу со дня его утверждения.

7.2 Изменения к настоящему Положению рассматриваются и утверждаются приказом ректора Университета или уполномоченным им лицом.