

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

УТВЕРЖДЕНО  
приказом ректора Российского университета кооперации  
от 29.12. 2015г. № 1394-02

## ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе рекламы

«29» 12 2015 № 01-09/102

г. Мытищи Московской области

### 1. Общие положения

1.1. Отдел рекламы является структурным подразделением Российского университета кооперации (далее – Университет).

1.2. Отдел рекламы создается и ликвидируется по приказу проректора-руководителя Института бизнеса Российского университета кооперации.

1.3. Отдел рекламы (далее – отдел) находится в подчинении у заместителя руководителя Института бизнеса по воспитательной и профориентационной работе и возглавляется руководителем, назначаемым приказом проректора-руководителя Института бизнеса.

1.4. В работе отдел руководствуется: Конституцией РФ, Гражданским кодексом РФ, Трудовым кодексом РФ, нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации, Федеральным Законом от 13 марта 2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями), решениями Центросоюза РФ, Уставом Университета, Политикой в области качества, решениями Высшего, Ученого совета Университета, приказами ректора Университета, приказами проректора-руководителя Института бизнеса, настоящим Положением и другими действующими нормативно-правовыми актами.

1.5. Реорганизация и ликвидация отдела производится в соответствии с Уставом университета.

1.6. Работники отдела назначаются на должности и освобождаются от должностей приказом проректора - руководителя Института бизнеса по представлению руководителя отдела.

1.7. Права, основные функции, ответственность и требования к квалификации сотрудников отдела приведены в соответствующих

должностных инструкциях.

1.8. Настоящее Положение может уточняться и дополняться по мере расширения образовательных услуг. Изменения отражаются в Листе регистрации изменений.

## 2. Основные задачи и направления деятельности

2.1. Отдел осуществляет деятельность, направленную на достижение основной стратегической цели – стимулирование продвижения общеобразовательных услуг, создание и утверждение образа Университета, а также информационно-рекламному обеспечению реализуемых на рынке услуг путем разработки и проведения:

профориентационных мероприятий среди выпускников общеобразовательных школ, учреждений среднего и начального профессионального образования;

учебно-методической и воспитательной работы по оказанию помощи учащимся (слушателям) в профессиональном самоопределении;

организационной деятельности по привлечению профессорско-преподавательского состава кафедр, студентов к активному участию в научно обоснованной системе мер по профессиональной ориентации молодежи, приведение образовательных потребностей абитуриентов в соответствие с потребностями рынка труда на основе лично-ориентированного подхода;

исследований существующих систем продвижения образовательной продукции и услуг на рынке.

### 2.2. Основные задачи:

оказание консультативной помощи молодежи и подросткам по вопросам профессиональной ориентации;

выбор стратегии профориентационной работы на рынке образовательных услуг;

разработка комплексной программы профориентационных мероприятий Университета и его структурных подразделений (факультетов, кафедр);

организация и проведение профориентационных мероприятий на базе Университета и за его пределами;

осуществление эффективной информационно-просветительской и рекламной деятельности Университета с помощью современных информационно-технических средств;

разработка и формирование учебно-методических пособий по профориентационной работе для Университета и его структурных подразделений (факультетов, кафедр);

осуществление контроля и оценка эффективности профориентационных мероприятий;

анализ потребительских свойств образовательных услуг и требований, предъявляемых к ним потребителями;

разработка совместно с другими подразделениями предложений и рекомендаций по изменению характеристик и свойств услуг с целью улучшения их потребительских качеств и стимулирования сбыта;

организация разработки стратегии размещения рекламы в различных источниках, участие в отраслевых выставках, ярмарках, для информирования потенциальных потребителей и расширения рынков сбыта;

исследование существующих систем продвижения образовательной продукции и услуг на рынке;

контроль и оптимизация информационно-рекламной деятельности Университета.

### 2.3. Направления деятельности:

ознакомление учащихся и выпускников учебных заведений с различными видами трудовой деятельности;

формирование у учащихся и выпускников учебных заведений представления о социально-экономических и психофизиологических особенностях различных профессий;

создание условий для профессионально-квалификационного роста и самосовершенствования в процессе трудовой деятельности;

планирование, контроль и оценка эффективности профориентационных мероприятий Университета;

создание и развитие системы информационно-рекламного обеспечения продвижения продукции и услуг на рынке;

разработка стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью различных средств рекламы;

медиапланирование рекламной кампании; участие в издании и распространении бюллетеней, каталогов, справочников, информационно-рекламной литературы об Университете и его услугах;

сбор информации о конкурентах по объемам продаж, динамике цен, общей доли на рынке, репутации и известности брендов;

выявление сильных и слабых сторон конкурентов по качеству предлагаемой ими образовательной продукции и услуг, по способам продвижения их на рынке, ценовой стратегии и политике.

### 3. Права

Отдел рекламы имеет право:

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

3.2. Давать указания структурным подразделениям университета по вопросам, относящимся к компетенции отдела и вытекающим из задач, которые перечислены в настоящем Положении.

3.3. Давать факультетам и кафедрам рекомендации по проведению: профориентационной работы в общеобразовательных школах, учреждениях среднего и начального профессионального образования; учебно-методической и воспитательной работы по оказанию помощи учащимся (слушателям) в подготовке к вступительным испытаниям в Университете.

3.4. Запрашивать и получать от факультетов, кафедр Университета отчеты по проведению профориентационной работы в общеобразовательных школах, учреждениях среднего и начального профессионального образования.

3.5. Вести переписку с общеобразовательными учреждениями, учреждениями среднего и начального профессионального образования по вопросам проведения профессиональной ориентации школьников и учащихся; с кафедрами и факультетами Университета по вопросам проведения профориентационной работы.

3.6. Взаимодействовать от имени Университета по вопросам профессиональной ориентации с районными Управлениями образования, общеобразовательными учреждениями, учреждениями среднего и начального профессионального образования.

3.7. Проводить совещания по вопросам профориентационного просвещения и профориентационной работы Университета и его структурных подразделений (факультетов, кафедр) и участвовать в конференциях и семинарах по вопросам профориентационной и рекламной работы.

3.8. Давать разъяснения и рекомендации факультетам, кафедрам, их преподавателям и сотрудникам по вопросам профориентационных мероприятий, профориентационной деятельности в целом.

### 4. Взаимодействие с другими структурными подразделениями

Отдел рекламы взаимодействует с:

4.1. Деканатами и кафедрами Университета в области проведения профориентационной работы в общеобразовательных школах, учреждениях

среднего и начального профессионального образования и учебно-методической работы с целью привлечения преподавателей при организации различных мероприятий (Дня открытых дверей и т.п.).

4.2. Иными структурными подразделениями Университета в рамках своей компетенции.

## 5. Ответственность

5.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение возложенных настоящим Положением на отдел задач и функций, а также за создание условий для эффективной работы, несет руководитель отдела.

5.2. Каждый сотрудник отдела несет ответственность за качество выполняемых работ в соответствии с должностной инструкцией и делегируемыми ему полномочиями.