



Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования
«ОМСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»
(АНО ДПО «ОмРИ»)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор АНО ДПО «ОмРИ»



Н.П. Кононова

28 декабря 2021г.

ПОЛОЖЕНИЕ

Отдела маркетинга и связей с общественностью

Омск, 2021

1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга и связей с общественностью является структурным подразделением Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Омский региональный институт» (далее - Институт) и создается в целях осуществления деятельности по проведению целенаправленной рыночной политики Института и обеспечению практической реализации его маркетинговых планов.

1.2. Отдел маркетинга и связей с общественностью возглавляет начальник, который подчиняется директору Института. Начальник отдела и другие сотрудники назначаются на должности и освобождаются от должностей приказом директора Института. На время отсутствия начальника отдела (командировки, отпуска, болезни, пр.) его обязанности исполняет работник, назначенный приказом директора, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей, возложенных на него в связи с замещением.

1.3. Отдел маркетинга и связей с общественностью в своей работе руководствуется Конституцией РФ, федеральными законодательными и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, правовыми и нормативными актами органов управления образованием РФ, Уставом Института, приказами и распоряжениями директора Института, а также настоящим Положением.

1.4. Обязанности и права сотрудников отдела маркетинга и связей с общественностью определяются должностными инструкциями.

2. Основные задачи

2.1. Разработка и проведение мероприятий по реализации ценовой, сбытовой, PR и рекламной стратегий Института на основе изучения, анализа и прогноза состояния рынка образовательных услуг и труда.

2.2. Обеспечение администрации и подразделений Института маркетинговой информацией, необходимой для разработки стратегии и тактики оптимального рыночного поведения Института.

2.3. Осуществление деятельности по продвижению бренда Института на рынке образования.

2.4. Осуществление деятельности по продвижению образовательных услуг Института.

2.5. Осуществление деятельности по разработке, контентному наполнению и продвижению веб-сайта Института в сети Интернет.

2.6. Построение системы коммуникативного взаимодействия с внешней средой, в том числе и с использованием интернет - ресурсов.

2.7. Построение системы управленческого взаимодействия с корпоративным сообществом по вопросам маркетинга.

3. Функции

- 3.1. Разрабатывает нормативные документы по вопросам организации маркетинговой деятельности Института. Разрабатывает фирменный стиль Института.
- 3.2. Разрабатывает долгосрочные и текущие планы маркетинга Института.
- 3.3. Организует маркетинговые исследования рынка образовательных услуг. Формирует и поддерживает базы данных для хранения и обработки маркетинговой информации.
- 3.4. Организует сбор информации о конкурентах, изучает их маркетинговую политику в области ценообразования, образовательных продуктов (услуг), коммуникативной стратегии.
- 3.5. Изучает потребителей и их мнение об Институте и его продуктах, удовлетворенность предоставляемыми образовательными услугами.
- 3.6. Планирует и реализует рекламные и PR-кампании с привлечением внешних исполнителей.
- 3.7. Обеспечивает деятельность Института продукцией рекламного характера.
- 3.8. Разрабатывает концепцию и дизайн рекламных и иных материалов, необходимых для успешной маркетинговой деятельности Института.
- 3.9. Оценивает эффективность осуществляемых маркетинговых мероприятий по направлениям деятельности.
- 3.10. Организует работу и участие сотрудников Института на отраслевых выставках, ярмарках с целью информирования потенциальных клиентов о предоставляемых услугах и расширения рынка сбыта услуг, оказываемых Институтом.
- 3.11. Осуществляет руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний посредством массовой информации, публикаций, проведения «Дней открытых дверей», пр.
- 3.12. Осуществляет контроль выполнения исполнителями работ, заказанных службой.
- 3.13. Координирует действия подразделений Института с целью реализации планов маркетинга.

4. Взаимоотношения и связи

- 4.1. Отдел маркетинга и связей с общественностью взаимодействует с другими структурными подразделениями Института при разработке и обеспечении практической реализации маркетинговых стратегий, а также при решении вопросов, входящих в компетенцию отдела.
- 4.2. Отдел маркетинга и связей с общественностью осуществляет взаимодействие со сторонними организациями, участие которых необходимо для реализации ее целей и задач.

5. Компетенция начальника отдела маркетинга и связей с общественностью

- 5.1. Осуществляет общее руководство деятельностью отдела маркетинга и связей с общественностью и несет персональную ответственность за надлежащее выполнение возложенных на службу задач и функций в соответствии с настоящим положением и должностной инструкцией.

- 5.2. Запрашивает от структурных подразделений информацию и документы, необходимые для выполнения задач и функций отдела маркетинга и связей с общественностью.
- 5.3. Привлекает, в установленном порядке, специалистов структурных подразделений Института к подготовке проектов документов по вопросам отдела маркетинга и связей с общественностью.
- 5.4. Обеспечивает контроль использования материальных и финансовых средств, выделенных для осуществления работ по направлению деятельности отдела маркетинга и связей с общественностью. Контролирует все виды работ, касающихся деятельности, направленной на разработку и продвижение веб-сайта Института в сети Интернет.
- 5.5. Подписывает и визирует документы в пределах своей компетенции.
- 5.6. Разрабатывает должностные инструкции сотрудников отдела маркетинга и связей с общественностью.
- 5.7. Осуществляет подбор, расстановку и повышение квалификации сотрудников, распределение разовых поручений между сотрудниками.
- 5.8. Осуществляет контроль соблюдения сотрудниками отдела маркетинга и связей с общественностью требований охраны труда, трудовой дисциплины, техники безопасности, производственной санитарии, противопожарных мер, правил внутреннего распорядка.
- 5.9. Готовит для руководства Института маркетинговые документы с целью принятия решений в области ценообразования, сбыта, продвижения услуг, реализации конкурентной стратегии на рынке.
- 5.10. Вносит на рассмотрение директора предложения по вопросам совершенствования деятельности отдела по связям с общественностью.